

Moteutstillingenes plass i kunnskapsinstitusjonen museet

- En motemuseologisk analyse av tre moteutstillinger

Anne Klippenvåg Pettersen



Masteroppgave i museologi

Institutt for kulturstudier og orientalske språk

Det humanistiske fakultet

MUSE 4990, 60 studiepoeng

Universitetet i Oslo

Vår 2015

SAMMENDRAG

I denne oppgaven analyserer jeg tre moteutstillinger med Marie Riegels Melchior sin motemuseologi som verktøy. Problemstillingen min lyder: Hvordan kan vi anvende Riegels Melchiors begrep "motemuseologi" til å forstå hvordan moteutstillinger bygger opp under og utfordrer museenes mål som kunnskapsinstitusjoner?

De tre utstillingene er : *The Enchanted Palace*, på Kensington Palace i London. *The First Ten Years Designer Collaborations H&M 2004-2014*, på Stenersenmuseet i Oslo, og *Fashion Innovation 2*, på Röhsska Museum i Göteborg. Jeg ser nærmere på hvorfor moteutstillinger har blitt en museumstrend, og hvorfor Riegels Melchior finner det nødvendig med en egen motemuseologi. I løpet av de tre analysene finner jeg tre vidt forskjellige utstillinger, som ikke alle bygger opp om kunnskapsinstitusjonen museet, eller passer inn i motemuseologiens krav om reflekterende moteutstillinger i et selvkritisk museum. Men det jeg også ser er et stort potensial for å bruke moteutstillinger til å nå ut til flere brukere enn de vanlige museumsbesøkende.

Forord

En stor takk til min veileder Inger Johanne Lyngø, som har vært intet annet enn meget tilgjengelig, behjelpelig og har kommet med gode råd. Feil og mangler i oppgaven, kan på ingen måte tilskrives henne. Ellers takk til Brita Brenna, Lise Camilla Ruud, Anders Bettum og andre personer tilknyttet museologi ved IKOS og Universitet i Oslo. Takk også til Historisk Museum og Röhsska museum som har vært meget hjelpelige.

Takk til venner og familie som har stilt spørsmål om fremdrift og hva ”jeg egentlig skriver om”. En stor takk rettes også til mine dyktige, morsomme og hjelpsomme medstudenter på museologikullet 2012/2014. La oss starte vårt eget museum!

Takk til Per Magnus og Marie som leste korrektur, og takk til Jason Isbell som har holdt meg med selskap via platespilleren de siste netters skrivetimer.

Anne Klippenvåg Pettersen

Blindern 1. juni 2015.

Innholdsfortegnelse

Kapittel 1.	6
Innledning	6
Problemstilling og avgrensning	7
Museet som en kunnskapsinstitusjon	9
Oppgavens oppsett	10
Kapittel 2 Teori og metode	11
<i>The Enchanted Palace</i>	12
<i>The First Ten Years Designer Collaborations H&M 2004-2014</i>	12
<i>Fashion Innovation 2</i>	13
Motemuseologi	14
Det nye, det åpenbare og det populære	16
Oppsummering	19
Kapittel 3 Motens plass i museet	20
Klær som museumsobjekter	20
Hva er moteplagg?	21
Moteplagg som formidlere	25
Mote i museer – før og nå.	28
Første fase – Motens inntog 1930 - 1960	29
Andre fase – Etableringen 1960 - 1990	30
Tredje fase -1990 - nå	31
Oppsummering	34
Kapittel 4. Analyse av utstillinger	35
The Enchanted Palace	35
Utstillingens bakgrunn	36
The Enchanted Palace	37
Nytenkninger for Kensington Palace	43
Tilbakemeldinger	45

The Enchanted Palace og motemuseologi	48
The First Ten Years Designer Collaborations H&M 2004-2014	51
Mote – en kunstform?	55
The First Ten Years Designer Collaborations H&M og Motemuseologi	57
Fashion Innovation 2	60
Fashion Innovation 2 og motemuseologi	66
Kapittel 5. Refleksjon rundt moteutstillinger og museet som kunnskapsinstitusjon	68
Det selvkritiske og reflekterende museum	69
Det nye, Det åpenbare, Det populære	70
Bygger opp eller bryter ned?	73
Litteraturliste	75

Figurliste

Figur 1 The Room of the Sleeping Princess	39
Figur 2 the dress of tears.....	40
Figur 3 Time for Reflection i The Royal Room of Sorrows.....	41
Figur 4 Dress of the World	42
Figur 5 - Reklameplakat for utstillingen	58
Figur 6 - Første inntrykk	61
Figur 7. Fra museets hjemmeside. Modellens ansikt skimtes så vidt gjennom stoffet.	65

Kapittel 1.

Innledning

*«The best thing, though, in that museum was that everything always stayed right where it was. Nobody'd move. You could go there a hundred thousand times, and that Eskimo would still be just finished catching those two fish, the birds would still be on their way south, the deers would still be drinking out of that water hole, with their pretty antlers and they're pretty, skinny legs, and that squaw with the naked bosom would still be weaving that same blanket. Nobody's be different. The only thing that would be different would be you». - J.D. Salinger, The Catcher in the Rye.*¹

“Fashion is about going ahead, not about memory.”²

— Karl Lagerfeld

Museer og mote, kan ved første tanke virke som to motpoler, som de to overnevnte sitatene illustrerer. Personlig, har jeg lenge sett på museer som en trygg institusjon som tar vare på vår felles kulturarv, og som hjelper meg med å knytte meg til og forstå fortiden. Samtidig, hva er vel mote annet enn en ren forkastelse av det gamle, og noe flyktig - et symbol for fornying?

Av den grunn fant jeg artikkelen ”Mode på Mode på museerne” av etnolog og motehistoriker Marie Riegels Melchior spennende. For her kan hun fortelle at moteutstillinger faktisk har blitt en trend i museumsverdenen. Kunstmuseene har riktignok lenge fremvist designplagg, men nå har altså de andre museumstypene også hengt seg på. Så stort har dette blitt at Melchior har arbeidet frem en datterform til museologibegrepet, til noe hun kaller motemuseologi.³ Veldig forenklet

¹ Salinger, J.D: *The catcher in the rye* Little, Brown and Company. 1951

² <https://www.goodreads.com/quotes/325621-fashion-is-about-going-ahead-not-about-memory>

³ Marie Riegels Melchior, *Fashion Museology: Identifying and Contesting Fashion in Museum*, Fashion. Exploring Critical Issues, Mansfield College, Oxford, September 2011, 5.

bygger motemuseologien på den nye museologiens ønsker om et reflekterende og kritisk museum.⁴ Men hva er det med moteutstillinger som gjør at de krever sin egen museologi?

Moteutstillinger har tydeligvis andre kvaliteter ved seg enn bare unike designplagg det er fint å se på, og for en museologistudent virker denne museumstrenden som et spennende tema å kikke nærmere på.

Problemstilling og avgrensning

Problemstilling: Hvordan kan vi anvende Riegels Melchiors begrep "motemuseologi" til å forstå hvordan moteutstillinger bygger opp under og utfordrer museenes mål som kunnskapsinstitusjoner?

I denne oppgaven skal jeg altså se nærmere på fenomenet moteutstillinger i museer, gjennom motemuseologi. Jeg har valgt meg ut tre ulike moteutstillinger, som jeg skal analysere med motemuseologien som et verktøy. Dette er tre utstillinger som er varierte i både innhold og bakgrunn. Disse utstillingene er:

1. *The Enchanted Palace, Kensington Palace, London.* (26.03 2010 01-06.2012)

Utgangspunktet for utstillingen var en ide som oppstod når det ble planlagt en stor renovering av Kensington Palace i 2010-2012. Istedenfor å stenge hele bygget, ønsket de å finne en måte de kunne bruke oppussingsarbeidet til sin fordel. Dette var et tverrkulturelt samarbeid mellom HRP, teatergruppen Wildworks og kjente britiske motedesignere som Vivienne Westwood, William Tempest, Stephen Jones, Aminaka Wilmont, Boudicca og Echo Morgan.⁵ Tanken var at via designkjolene skulle man bli kjent med åtte prinsesser som har alle bodd i Kensington Palace: Mary II (1662 - 1694), Caroline (1683 -1737), Charlotte (1796 -1817), Victoria (1819 - 1901), Anne (1665 – 1714), Margaret (1930 - 2002), og Diana (1961 - 1997).

⁴ Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice, 13

⁵<http://www.vogue.co.uk/news/2010/01/14/kensington-palace-exhibition> (oppsøkt 07.08.14)

2. *The First Ten Years Designer Collaborations H&M 2004-2014*, Stenersenmuseet, Oslo

(11.10.14 -12.10.14)

Utstillingen er et samarbeid mellom Nordenfjeldske Kunstindustrimuseum i Trondheim, H&M og Stenersenmuseet.⁶ Utstillingen stod oppe for en helg på Stenersenmuseet, og for en lengre periode på Nordenfjeldske Kunstindustrimuseum (26. oktober 2014 – 11. januar 2015). Dette var en retrospektiv utstilling der de ni tidligere års designsamarbeid ble fremvist, samt en snikktitt der årets nye kolleksjon med Alexander Wang også ble presentert. De andre designerne i utstillingen er Lagerfeld, Stella McCartney, Viktor & Rolf, Roberto Cavalli, Comme des Garçons, Jimmy Choo, Matthew Williamson, Sonia Rykiel, Lanvin, Versace, Marni, Maison Martin Margiela og Isabel Marant. Jeg har valgt å fokusere på utstillingen på Stenersenmuseet.

3. *Fashion Innovation 2. Rhøsska Museum, Gøteborg*. (02.04.2013 til 05.05.2013)

Utstillingen var et samarbeidsprosjekt mellom Beckmans Designhøgskole og Nobelmuseet, og bestod av seks designplagg som hver skulle representere en av de utdelte Nobelprisene i fysikk, kjemi, medisin, litteratur og økonomi fra 2012

For disse utstillingene vil jeg se spesielt på;

- Hva museet velger å formidle gjennom moteplaggene, og hvordan det er presentert.
- I tråd med motemuseologien, se hvor kritiske og reflekterende museene er til mote og motebransjen i seg selv.
- Stemmer det jeg har lest om motemuseologi, med disse utstillingene?
- Hvordan passer utstillingene inn i en kunnskapsinstitusjon?

⁶ Nettsidene til motemagasinet Costume, http://costume.no/article/187184-hm-med-unik-moteutstilling-pa-stenersenmuseet?utm_medium=tag&utm_source=costume.no (oppsøkt 07.11.14)

Museet som en kunnskapsinstitusjon

"Et museum er en permanent institusjon, ikke basert på profitt, som skal tjene samfunnet og dets utvikling og være åpent for publikum; som samler inn, bevarer/konserverer, forsker i, formidler og stiller ut materielle og immaterielle vitnesbyrd om mennesker og deres omgivelser i studie-, utdannings- og underholdningsøyemed."⁷

Disse er velkjente ord for en museolog. For ovenfor leser vi ICOM's (International Council of Museums) definisjon av hva et museum er. Det står ikke eksplisitt at et museum er en kunnskapsinstitusjon, men vi kan lese at et museum er en permanent institusjon som blant annet er tilknyttet forskning, studier og utdanning – alle områder uløselig forbundet med kunnskap. I ulike norske stortingsmeldinger som omhandler museer, er det flere tilknyttinger av museumsinstitusjonen og kunnskap:

I Stortingsmelding nr. 22 (1999-2000), *Kjelder til kunnskap og oppleving*, står det "I et breitt kulturpolitisk perspektiv spelar arkiv, bibliotek og museum ei viktig rolle gjennom å velja ut, ta vare på og leggja til rette ulike former for kunnskapskjelder og informasjon."⁸

I en nyere Stortingsmelding, nr. 49: *Framtidas museum*, (2008-2009), er det fremhevet ytterligere:

"Selve samfunnsrollen eller samfunnsoppdraget for museene ligger i å utvikle og formidle kunnskap om menneskers forståelse av og samhandling med sine omgivelser. I dette ligger stor faglig frihet og samtidig utfordringer for museene i å definere og avgrense hva som er relevant og viktig i et samfunnsperspektiv. Dette er et faglig kjernesporsmål i museene som krever kontinuerlig analyse og refleksjon."⁹

I Stortingsmelding nr. 48: *Kulturpolitikk fram mot 2014*, (2002-2003), finner jeg at museer blir omtalt som folkeopplysningsinstitusjoner som både skal generere og formidle kunnskap:

⁷ ICOM's hjemmeside: <http://www.icom-norway.org/definisjon.html> (oppsøkt 01.05.15)

⁸ Det kongelige kulturdepartement: Stortingsmelding nr. 22 (1999-2000) *Kjelder til kunnskap og oppleving. Om arkiv, bibliotek og museum i ei IKT-tid og om bygningsmessige rammevilkår på kulturområdet*, s. 2

⁹ Det kongelige kulturdepartement: Stortingsmelding nr. 49: *Framtidas museum*, (2008-2009), 145.

"Som folkeopplysningsinstitusjonar må musea i formidlinga si kunna kombinera den historiske dimensjonen med aktuelle spørsmål og omvurderingar som resultat av ny kunnskap eller vektlegging av andre verdiar. Skal musea fungera som gode samfunnsinstitusjonar, må dei søkja dialog med omverda. Dette inneber at musea ikkje berre skal generera og formidla kunnskap, men at dei òg skal ha evne til å overraska og utfordra brukarane både emosjonelt og intellektuelt."¹⁰

Det er rart hvor mye museet har endret seg som institusjon gjennom tidene, fra å være lukkede privatsamlinger til åpne institutter som skal være et demokratisk sted for alle. De politiske signalene om museenes samfunnsrolle med tanke på kunnskap, er ganske generelle. Men jeg leser det slik at det er stort politisk ønske om at museer er og skal forbli kunnskapsinstitusjoner, uansett hvordan museene best skal formidle kunnskapen.

Oppgavens oppbygging

Før jeg går nærmere inn på de fire utvalgte utstillingene, er det noen begreper jeg må gjennomgå. Først går jeg inn i Melchior sin motemuseologi, og undersøker hva det er med moteutstillinger som gjør at hun mener det er nødvendig med egen type museologi. Deretter ser jeg nærmere på historien til moteplagget som et utstillingsobjekt i museet. Så er det utstillingene som står for tur, etter rekkefølgen jeg har forholdt meg til over. I analysene blir de sett i sammenheng med problemstillingen og kunnskapen om motemuseologien jeg har funnet i de foregående kapitlene. Avslutningsvis kommer et refleksjonskapittel over moteutstillingenes plass og påvirkning på museet som en kunnskapsinstitusjon.

¹⁰ Det kongelige kulturdepartement: Stortingsmelding nr. 48: Kulturpolitikk fram mot 2014, (2002-2003). 178.

Kapittel 2 Teori og metode

Jeg har valgt å bruke Marie Riegels Melchior sin forskning og publiseringer rundt moteutstillinger og det hun har navngitt motemuseologi som hovedteori for oppgaven min. Spesielt har den nyutgitte boken *Fashion and Museums – Theory and Practice*, vært et viktig teorigrunnlag for meg, der Melchior og Birgitta Svensson er redaktører. Hva motemuseologi er vil jeg gå nærmere inn på senere i dette kapittelet.

Det er en stor jungel av bøker om moteteori. Jeg har brukt mye moteteoretiker Ingrid Loschecks bok, *When Clothes Become Fashion: Design and Innovation System*, fra 2009, i ulike spørsmål rundt moteplagg, som når klær blir til mote eller om mote kan ansees som kunst. Men selve definisjonen jeg har valgt å bruke, kommer fra kulturhistoriker Anne Eriksen. I Lars Fr. H. Svendsen sin *Mote – et filosofisk essay*, fra 2004 fant jeg mange direkte sitater fra ulike filosofers forestillinger om mote.

Jeg har videre valgt meg ut fire moteutstillinger som etter min mening er varierte og viser ulike potensialer som moteutstillinger har, men som også kan relateres til de spørsmålene motemuseologi stiller. Jeg har valgt meg ut utstillinger der moteplagg både vises alene eller sammen med andre typer objekter, og de har kommet til på ulike grunnlag. Jeg har sett to av utstillingene selv, og kapitlene om de utstillingene er mye basert på mine egne erfaringer derfra. I tillegg har jeg samlet informasjon fra de gjeldene museer og artikler publisert av involverte som har arbeidet med utstillingen eller på det aktuelle museet. Den ene utstillingen varte bare én helg, så kort at jeg ikke hadde anledning til å besøke den. Derfor har jeg basert meg på funn på sosiale medier, museene selv og presseartikler.

To av utstillingene er ikke norske, men for å holde det ryddig velger jeg å se dem opp mot de norske politiske signaler rundt museet som kunnskapsinstitusjon, funnet i Stortingsmeldinger herfra. Det å analysere ulike utstillinger med så ulikt kildemateriale kan være problematisk. Jeg vil derfor unngå å sammenligne utstillingene med hverandre, men heller se de hver for seg opp mot motemuseologien og hvordan de forholder seg til museet som en kunnskapsinstitusjon. I den

grad det blir noen sammenligninger, vi det komme i det siste refleksjonskapittelet, for å vise hvordan de ulike analysene forholder seg til det de har til felles: problemstillingen.

Siden det har vært fire vidt forskjellige utstillinger har også min metode og teori rundt utstillingene også vært ulike. Her kommer en liten oversikt for å klargjøre bedre:

The Enchanted Palace

Dette er den eldste av utstillingene jeg har valgt å ta med i oppgaven min, og den utstillingen som startet min fascinasjon for bruk av motedesign i museer. Jeg besøkte denne utstillingen i 2012, lenge før jeg begynte som museologistudent. Jeg har sterke minner derfra, men det er det likevel såpass lenge siden at jeg har hovedsakelig basert meg på skriftelige kilder fra utstillingens produsenter. Det inkluderer utstillingens bakgrunn, praksisene rundt, tilbakemeldinger og erfaringer. Dette er en utstilling der moteplagg vises sammen med andre objekter, men mitt hovedfokus vil være på moteplaggene. De viktigste skriftelige kildene for denne utstillingen har vært:

- Kurator for utstillingen Alexandra Kim sin artikkel i Curator: The Museum Journal, Volume 54, Issue 4, 2011
- Marie R. Melchior, Fashion. Exploring Critical Issues: Fashion Museology: Identifying and Contesting Fashion in Museums, Mansfield College, Oxford, 2011

Ellers har jeg brukt mye internett og funnet omtaler av utstillingen i ulike motemagasiner og presse.

The First Ten Years Designer Collaborations H&M 2004-2014

Det var denne utstillingen som kun varte i to dager, og som jeg derfor ikke har sett selv.

Av den grunn vil jeg her ikke gå inn i utstillingens oppsett, eller hvordan moteplaggene er utstilt. Jeg hadde noen runder med meg selv om det var greit å skrive om en utstilling jeg ikke har sett. Men i uttalelser fra ansatte på Stenersenmuseet, informasjon på museenes hjemmesider og annen

informasjon jeg fant i presseomtaler, fant jeg relevante funn som kan settes inn i en motemuseologisk kontekst. Siden dette er en moteutstilling er det hovedsakelig motemagasiner som har skrevet om utstillingen. Dette har vist seg typisk for moteutstillinger, noe jeg vil komme nærmere inn på senere i dette kapittelet, i delen som omhandler motemuseologi.

Utenom motemagasiner har jeg også her brukt Melchiors motemuseologi som hovedteori, men også moteteoretiker Ingrid Loschecks bok: *When Clothes Become Fashion: Design and Innovation Systems*, fra 2009. Spesielt hennes meninger rundt sammenligningen av motedesign og kunst har blitt vektlagt, siden Stenersenmuseet har i forbindelse med denne utstillingen uttalt at motedesign er kunst.¹¹ Jeg ønsket å få mer informasjon fra Stenersenmuseet, men det viste seg å være vanskelig. Det kommer jeg tilbake til i kapittelet om utstillingen.

Fashion Innovation 2

Dette museet fikk jeg tips om da jeg var på en museologisk forelesning hos Kulturrådet, der vi skulle lære mer om deres Brudd-prosjekt.¹² Dette skulle være et spennende museum som ikke var redd for å ta opp vanskelige og kontroversielle temaer og som hadde mange moteplagg i utstillingene sine. I denne utstillingen starter jeg med en beskrivelse av mine betraktninger under besøket i utstillingen. Deretter setter jeg dette i sammenheng med Melchiors motemuseologi, som de to overnevnte utstillingene. I *Fashion Innovation 2* er det kun moteplagg fremvist, i tillegg til veggtekster. Jeg har i tillegg snakket med ansatte på Röhsska Museum som var meget behjelpelige, men det meste av den samme informasjonen har jeg også funnet på museenes egne hjemmesider.

¹¹ http://costume.no/article/187184-hm-med-unik-moteutstilling-pa-stenersenmuseet?utm_medium=tag&utm_source=costume.no (oppsøkt 10.11.14)

¹² Dette kan leses mer om i "BRUDD – om det ubehagelige, tabubelagte, marginale, usynlige, kontroversielle", en publikasjon som man kan bla i på nettsiden: http://issuu.com/norsk_kulturrad/docs/brudd?e=3024340/2119253

Motemuseologi

Melchior har studert hvordan museer har forholdt seg til moteplagg gjennom historien. Hun fastslår at moten har fått en helt annen anerkjennelse og plass nå en før, og ser derfor behovet for en egen motemuseologi. En viktig grunn til motens opphøyede status, er oppblomstringen innen akademisk forskning rundt mote, noe også professor i historie og moteteori Ingrid Loschek mener i boken *When Clothes Become Fashion: Design and Innovation Systems*.¹³ Melchior skiller mellom draktmuseologi og motemuseologi. Men hva er egentlig forskjellen mellom disse to museologiene?

I følge Melchior så er draktmuseologi basert på ICOM Costume retningslinjer for behandling av drakter. Disse retningslinjene fungerer nærmest som en oppskrift for hvordan man best behandler klesplagg slik at de blir best mulig bevart for ettertiden.

Motemuseologi, derimot, er en forlengelse av draktmuseologi. Når det gjelder utstilling av moteplagg, blir retningslinjene til ICOM oftest meningsløse, siden plaggene som regel ikke befinner seg i museets samling men er innlånte fra motehus, designere eller private samlere. På

¹³ Ingrid Loscheck, *When Clothes Become Fashion: Design and Innovation Systems*, Berg, UK, 2009, 1.

denne måten må ikke lenger ICOMs retningslinjer være veiledende for hvordan plaggene skal behandles i utstillingen.¹⁴

Men kanskje det mest vesentlige skillet mellom motemuseologi og draktmuseologi handler om noe helt annet enn hvordan klærne skal behandles av og i museet. For i tillegg til dette, handler motemuseologi om selve hensikten til museet selv, hvordan det kan bli relevant for mennesker og samfunnet, hvordan nå ut til de som ikke pleier å gå på museer, og hvordan det kan bli drevet økonomisk mens staten stadig reduserer budsjettene til de kulturelle institusjonene.¹⁵

Draktmuseologi har altså fokuset på plagget i seg selv, mens motemuseologi omhandler mer en spesiell type plagg, moteplagget, og hva moteutstillinger har å si for hva et museum skal være i dagens samfunn. Moteindustriens rolle blir også en del av motemuseologien. Deres ønske om å knytte den høykulturelle kapitalen som museet har til sitt motehus og design. Samtidig får museet presentert seg selv som en dynamisk institusjon som også er engasjert i de «vanlige» interessene i samfunnet, som konsumer-og-kjendiskultur.¹⁶ Moteutstillingene gir også en ny vei for museer til å samarbeide med moteindustrien for å økonomisk bedre museet. Gjennom mote, utvider museet nettverket sitt med private firmaer (corporate companies) og blir derfor en del av motesystemet selv. Ved å inkludere mote, legitimerer museet dette som et kulturelt fenomen som er nødvendig for å forstå vår kulturarv. Men ikke alle ser dette som noe udelt positivt. Mange kritikere og akademikere mener at museer skal være en ikke-kommersiell arena, og tjener ikke omdømmet sitt ved å linkes så sterkt til kommersielle motehus.¹⁷

Det er enkelt å tenke at museer tjener masse penger på de populære moteutstillingene. For enkelte museer, som for eksempel the Metropolitan, er dette riktig. For de fleste andre museer er det ikke penger museet får igjen, men synlighet. En praktfull designkjole er nok for de fleste mer iøynefallende enn for eksempel en skje fra 1910, og har mye større mulighet til å få omtale i magasiner, tabloid presse og sosiale medier, som er andre typer medier enn de som vanligvis skriver om en museumsutstilling.¹⁸ På denne måten når man ut til helt andre målgrupper enn til

¹⁴ Fashion Museology: Identifying and Contesting Fashion in Museums, 6

¹⁵ Fashion Museology: Identifying and Contesting Fashion in Museums, 6

¹⁶ Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice, 3

¹⁷ Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice, 3

¹⁸ Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice, 3

vanlig, og kan friste nye besøkende til å ta seg en museumstur på en regnfull søndag. Dersom dette skjer, vil flere besøkende komme og betale inngangsbillett og muligens også kjøpe varer i museumsbutikken. Men dette er ikke noe museet kan kalkulere med skal hende. Uansett skal det ofte mye til at billettsalget øker så kraftig at inntektene derfra overgår utgiftene for å sette opp en overdådig moteutstilling.¹⁹

Så hvis penger ikke er hovedmotivet bak denne trenden med moteutstillinger, hva kan grunnen være da? I introduksjonskapittelet til «Fashion and Museum», trekker Melchior frem tre hovedelementer som gjør at mote er attraktivt for museer: Det nye, det åpenbare og det populære.²⁰

Det nye, det åpenbare og det populære

En av grunnene til moteutstillingenes popularitet, har i følge Melchior, noe med motens sterke forbindelse til «det nye» å gjøre. Mote er en del av vår populærkultur og har en plass i vårt moderne samfunn. Ved å inkorporere mote inn i utstillingene sine virker museet som om det fornyer seg hele tiden og er et moderne museum.²¹ Dette med «det nye» er også viktig i forståelsen av moteutstillingenes popularitet. «Det nye» er noe som er karakteristisk ved vår egen tid, og for et museum som har en samling av ikke-nye ting er moteutstillinger en enkel og effektiv måte å få inn dette «nye» inn i museet på. Museer ønsker å fremstå som relevant og appellerende til sitt eget samfunn også.²²

Store deler av samfunnet vårt er tiltrukket av ideen om «det nye», noe moten er en sterk representant for. Mye av grunnen til at vi ser et fokus på mote i museumsbransjen, er nok den enorme populariteten de gigantiske moteutstillingene på the Metropolitan Museum of Art i New York, og Victoria and Albert Museum (V&A) har hatt.²³ Melchior mener også at den nye generasjonen akademikere har endret fokus fra å forske på hvordan moten ble gradvis inkludert inn i utstillingene og samlingen, til å fokusere på hvordan museet har blitt til et ideelt

¹⁹ Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice, 5

²⁰ Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice, 2

²¹ Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice, 5

²² Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice, 12

²³ Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice, 3

utstillingssted for de spektakulære moteutstillingene, og hvordan moten har vært med på og kan fremdeles bidra til at museet selv får et nytt image og bli en institusjon som er relevant for sin egen samtid.²⁴ Altså, et skrifte fra moteplaggene inkludering i museet, til hvordan denne inkluderingen endrer de museale praksisene.

Videre mener hun at en stor fordel ved moteutstillinger er at betrakterne trenger egentlig ikke å ha så mye forkunnskap i historie, kulturhistorie eller kunsthistorie for å få noe ut av en moteutstilling, for klær er noe vi alle (som regel) har kjennskap til uansett om vi er interessert i det eller ikke.²⁵ «Clothes are the shorthand for being human», sier moteutstillingskurator hos V&A, Claire Wilcox.²⁶ Jeg ser nok ikke like bastant på dette som Wilcox, men tror absolutt at det er en lavere terskel for å mene noe om klær enn for eksempel samtidskunst, siden vi har et hverdagslig forhold til klær fra barnsben av, selv om det er andre typer klær enn designplagg. Vi vet hvordan enkelte stoffer kjennes mot huden, hvor hemmet eller fri kroppen kan være alt etter hvilket snitt plagget har, eller rett og slett hvilke klær vi synes er fine selv.

Melchior ser moteutstillingene i sammenheng med den nye museologien som også ønsket å nå ut til bredere lag av samfunnet. Dette er et paradoks, mener hun, siden den nye museologien aldri ønsket å bruke populærkulturen til dette men heller anvende kritisk tenkning som et verktøy for å åpne muset opp og vise en variasjon av sannheter om vår egen, andres og fortids kulturer. Den nye museologien stod for et reflekterende museum som skulle ha et kritisk forhold til sine egne praksiser og anså det som en demokratisk plikt å samhandle med besøkende, spesielt nye.²⁷

Denne kritiske museologien har blitt en utbredt tankegang i vår samtids museumspolitik. Et eksempel på dette finner vi blant annet i Stortingsmelding nr. 49: Framtidas museum, (2008-2009), der vi leser: "Museene skal gi både kunnskap og opplevelse. De skal være tilgjengelige for alle og være relevante og aktuelle samfunnsinstitusjoner som fremmer kritisk refleksjon og skapende innsikt. En aktiv formidling er derfor viktig både i et demokratiperspektiv og i et allment kulturperspektiv. Dette krever aktiv tilrettelegging og ulike strategier for å nå forskjellige

²⁴ Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice, 2

²⁵ Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice, 5

²⁶ Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice, 5

²⁷ Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice, 12

målgrupper. Det innebærer også at formidlingen må være kritisk og nyskapende både når det gjelder tematikk og virkemidler."²⁸

Moteutstillinger gjør her det den nye museologien ville oppnå, de når ut til ulike og nye deler av befolkningen. Museet burde være selvkritisk og anerkjenne at man ikke kan fremstille den ene og rene sannhet, og være ærlig om dette for sine besøkende også.²⁹ Men selv om moteutstillinger altså gjør museer mer synlige og attraktive, betyr ikke dette at det ikke finnes noen negative konsekvenser også. For enda så synlige og tiltrekkende museet blir med moteutstillinger på programmet sitt, fører ikke det nødvendigvis til at selve utstillingene er særlig kritiske eller reflekterende, eller at museene blir til et forum for demokratisk debatt.³⁰

Den nye museologiens mål om et museum som reflekterer vår kulturarv og mangfoldige kultur har moteutstillingene ikke bidratt noe til, bortsett fra i noen sjeldne tilfeller, mener Melchior.³¹

Slik jeg leser Melchiors tekster om motemuseologi, er det de store «blockbuster» moteutstillingene på de store museumsinstitusjonene hun hovedsakelig skriver om. Disse utstillingene vil heller kopiere estetikken til moteindustrien, enn å kritisk analysere industrien.³² Men trenden med moteutstillinger har smittet over på de mindre museene også, de som ikke nødvendigvis er verdenskjente, slik V&A og The Metropolitan er. Og det er slike utstillinger jeg har valgt meg ut, utstillinger på andre typer museer enn de mest åpenbare når det gjelder mote. Det at museer oftere inkorporerer moteplagg i sine utstillinger, underbygger ideen om at moteutstillinger er en trend.

José Teunissen skriver i *Understanding Fashion through the Museum*, at nåtidens motekuratorer er enige om at moteutstillinger skal både være underholdende og forførende i formen, historisk riktig i innhold og i tillegg gi betrakterene en økt innsikt i mote som et fenomen som en del av en større fortelling.³³

²⁸ Det kongelige kulturdepartement: Stortingsmelding nr. 49: Framtidas museum, (2008-2009), 102.

²⁹ Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice, 6

³⁰ Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice, 13

³¹ Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice, 13

³² Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice, Marco Pecorari, Contemporary Fashion History in Museums. 47

³³ Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice, José Teunissen: Understanding fashion through the museum, 33, 44

Oppsummering

Melchior har laget motemuseologi, fordi hun ser at moteutstillinger reiser spørsmål rundt museenes museale praksiser. Det er ikke lenger museenes egne plagg som blir utstilt, men innlånte plagg, Dette betyr andre spilleregler enn de ICOM opererer med for fremvisning av tekstil.

Moteutstillinger gir i tillegg også museer et dilemma. På den ene siden får moten nye eller gamle museer til å virke relevante, tiltrekke seg nye og større besøksgrupper, og være synligere i ulike typer media. På den andre siden setter de samme utstillingene spørsmål ved hva egentlig et museum skal være. For hvor relevante er egentlig moteutstillingene for museenes oppdrag? Er det nok at utstillingene er estetisk fengslende, at de fremviser designerens kreativitet?

Den nye museologiens mål om et museum som reflekterer vår kulturarv og mangfoldige kultur har moteutstillingene ikke bidratt noe til, bortsett fra i noen sjeldne tilfeller, mener Melchior.³⁴

Isteden har moteutstillingene blitt et alternativ til den nye museologien, drevet av en såkalt catwalk-økonomi, og kaster lys over det Melchior kaller en ny museologisk kontrovers. Hun mener at målet for motemuseologien fremover burde være å skape utstillinger med mer kritisk refleksjon. Det ligger et stort potensiale latent i moteutstillingene, siden de tiltrekker nye og store besøksgrupper. Men hvordan museer bruker denne muligheten til å vise seg selv som en selvkritisk og reflekterende institusjon for nye målgrupper, er det fremdeles store forbedringsmuligheter.

³⁴ Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice, 13

Kapittel 3 Motens plass i museet

«Selv for couture trenger vi innflytelse av det virkelige livet, for du vil drepe couturen hvis du begrenser den til vinduer og museer. Du trenger impulsen og energien fra gaten» - Christian Lazroix ³⁵

Klær som museumsobjekter

Klær både skaper folk og skapes av folk. Klær er en stor del av våre liv, det er ikke til å komme unna. Mennesket blir født uten klær, men siden er vi oftest påkledd. Etter fødselen begynner raskt vår integrasjonsprosess inn i samfunnet, og nakenhet blir heretter ansett som naturlig kun i særskilte og ofte private sammenhenger.

Men hva er egentlig klær? I det Store Norske leksikon er klær definert som:

«(flertall av klede) fremstilles av tekstiler, lær, skinn eller plast og brukes for å beskytte kroppen, som pynt og som statussymbol.»³⁶

³⁵ Lars Fr. H. Svendsen, *Mote – et filosofisk essay*, Universitetsforlaget, 2004, 103

I følge antropolog Jane Schneider, utgjør tekstil og klesplagg den bredeste kategorien innen materiell kultur, siden det kan dekke alt fra den omfattende tekstilindustri, interiørtekstiler, ned til å bare fokusere på ett enkelt klesplagg³⁷. Et museum kan altså dekke store felt av samfunnet med å integrere tekstil og klesplagg inn i sine utstillinger.

Klær har endret seg fra å bli ansett som en ren beskytter mot kulde, varme og skader, til å bli sammenlignet med et slags språk som forteller omverdenen noe om plaggets eier³⁸. Arkeologiske funn har vist oss at så lenge det har eksistert mennesker på vår jord, har vi dekorert, tildekket og avdekket vår egen kropp med stoffer, pels, smykker, tatoveringer eller ulike varianter av sminke. Mennesket og samfunnet er i konstant endring, derfor endrer også klesmoten seg med dem. Dette har alltid blitt gjort i tråd med sin samtids normer, og vår tid slipper heller ikke unna³⁹

Men i denne oppgaven har jeg valgt å ta utgangspunkt i moteplagg, en egen genre innen klær. Skal jeg følge den overnevnte definisjonen av klær, vil jeg nok tro at moteplagg har mer med statussymbolet enn varmebehovet til oss mennesker. Men hva et moteplagg egentlig er, må sees litt nærmere på.

Hva er moteplagg?

Når jeg hører ordet moteplagg, tenker jeg personlig på ekstravagante klesplagg, utført med et godt håndverk, har en spennende estetikk, klær som gjelder akkurat nå, og selvsagt – alt for dyrt for mitt budsjett. Noe av det vanskeligste er å sette fingeren på grensen mellom klær og moteplagg. Loschek påpeker at de fleste vestlige land så brukes ordene mote og klær mye om hverandre, og bidrar til å utvanne motebegrepet.⁴⁰

Kunsthistoriker Anne Hollander definerer mote som alt som finnes av populære klesstiler på et bestemt tidspunkt, og da inkluderer hun alt fra haute couture, ikke-mote, til de klær mennesker

³⁶ Jane Schneider, *Cloth and Clothing*, Sage Knowledge, 203

³⁷ Jane Schneider, *Cloth and Clothing*, Sage Knowledge, 203

³⁸ Terrence S. Turner – *The social skin* 2012, HAU:Journal of Ethnographic Theory 2, 486

³⁹ Terrence S. Turner – *The social skin* 2012, HAU:Journal of Ethnographic Theory 2, 486

⁴⁰ Loschek, *When Clothes Become Fashion: Design and Innovation Systems*, 133

som sier de ikke bryr seg om mote har på seg.⁴¹ Dette er en lettfattelig og klar definisjon, som jeg velger å bruke for min oppgave.

Men samtidig, det er en stor diskusjon blant ulike typer akademikere hvordan man skal definere mote.

Det finnes ulike hovedtypertyper moteplagg, og man skiller mellom de som er ready-to-wear/prêt-à-porter og haute couture.⁴²

Moteplagg som er ready-to-wear (RTW) er klær som er fabrikkprodusert og masseprodusert etter standardstørrelser og som selges direkte til butikkene. Tidligere var dette sett på som en mindreverdige måte å designe og kjøpe moteplagg på, men ettersom de store motehusene innså at det var store penger å tjene på RTW har dette forandret seg. Dette betyr også at det ikke bare er velstående mennesker som har råd til å ikle seg moteplagg.⁴³

Haute Couture derimot, er håndsydde, spesialdesignede plagg som kun finnes i ett eksemplar. Selv ikke symaskiner er egentlig tillatt i ekte Haute Couture, selv om dette er en regel som ikke alltid følges med hard hånd.⁴⁴

Loschek mener vi ikke enda har klart å finne en god nok definisjon hva moteplagg er, som regel blir det for snevert, eller så er det menneskelige aspektet fraværende, etter hennes mening.⁴⁵ Hun ser moteplagg som en slags konsekvens av hvordan vi er som mennesker. En viktig del av det å være menneske er at vi ser fremover, vi utvikler oss hele tiden. Mote kan ikke skilles fra dette. For henne er en enkel måte å få frem det komplekse ved moteplagg, er å se på det fra to ulike synsvinkler: det indre og det ytre. Moteplagg er både knyttet til de indre, kreative og kunstneriske prosessene til mennesker, men også som en del av det ytre samfunnet sosialt, estetisk og kulturelt.⁴⁶

Mote er altså et snevert begrep, for selv om mote knyttes opp til klær, så er ikke alle klær mote. Mote er ikke et universelt fenomen, og det fantes klær før det fantes moter. Dersom mennesker

⁴¹ Lars Fr. H. Svendsen, *Mote – et filosofisk essay*, Universitetsforlaget, 2004, 15

⁴² <http://en.wikipedia.org/wiki/Fashion>

⁴³ <http://en.wikipedia.org/wiki/Ready-to-wear>

⁴⁴ <http://www.academyofcoutureart.edu/industry/haute-couture/>

⁴⁵ Loschek, *When Clothes Become Fashion: Design and Innovation Systems*, 1

⁴⁶ Loschek, *When Clothes Become Fashion: Design and Innovation Systems*, 7

alltid har vært opptatt av sine klær, hvorfor kan man ikke da hevde at moteplagg alltid har eksistert? Forskjellen ligger i muligheten til å velge klesplagg selv, mener Lars Fr. H. Svendsen. Det er vanlig å si at klesmoten har sitt opphav i senmiddelalderen, eller tidlig renessanse, i sammenheng med den merkantile kapitalismens fremvekst.⁴⁷ Før 1300-tallet så var ikke det man tok på seg et resultat av et individuelt, selvstyrt estetisk valg. Det fantes selvsagt noen valgmuligheter i materialer og dekor, men klærnes form var ganske uendret. Rike og fattige hadde den samme formen på klærne, selv om materialene var mer kostbare. Det var ikke ofte stilskiftninger, derimot ble en ganske varig estetisk norm erstattet med en annen. Sett i sammenheng med mote så er ikke denne langsomme stilskiftningen nok. For at det skal være mote må stilen endres ut fra noens vilje og skje relativt ofte.⁴⁸

I senmiddelalderen begynte man med å tilpasse klærne individets kropp, og klærne forandret snitt og form uten en fornuftig grunn annet enn for variasjonens skyld. Dette ble mer og mer vanlig utover de neste århundrer. Selv om moten fikk sin spede begynnelse rundt 1380, så tok det lang tid før det ble en klar gjenkjennende kraft, slik vi kjenner moten som nå. Dette skjedde på 1700-tallet, da man virkelig begynte å signalisere sin status via hva man hadde på seg. På 1770-tallet dukket de første motebladene opp i England og Tyskland, noe som bidro til motens gjennomslagskraft siden det ble enklere å kommunisere hva som var «in» eller «ut».⁴⁹

Mote behøver heller ikke å handle om hva man har på seg, det kan også være det man ikke har på seg. Som for eksempel å la vær å ta på seg foldeskjørt, for kanskje det er blyantskjørt som gjelder akkurat nå. Mote blir altså i dag definert som mange ting, og det eksisterer ikke bare det vi har på oss, men tilhører også andre områder som arkitektur, interiør, hva man drikker og hva man spiser. Men de aller fleste tenker nok på klær når man hører ordet mote.⁵⁰

Klær i seg selv er til for å varme og beskytte, og ikke nok i seg selv for å bli omtalt som mote. Det er gjennom moten klærne blir gitt en sosial kontekst utover funksjonen og estetikken, mener Loscheck, og uttaler videre:

⁴⁷ Lars Fr. H. Svendsen, *Mote – et filosofisk essay*, Universitetsforlaget, 2004, 13

⁴⁸ Lars Fr. H. Svendsen, *Mote – et filosofisk essay*, Universitetsforlaget, 2004, 15

⁴⁹ Lars Fr. H. Svendsen, *Mote – et filosofisk essay*, Universitetsforlaget, 2004, 16

⁵⁰ Loscheck, *When Clothes Become Fashion: Design and Innovation Systems*, 177

‘The designer designs not fashion but clothes, which are credited with the attribute fashion or accepted as such as a result of communicative observation. The definition to the question “When is it fashion?” is given by the viewer’,⁵¹

Mote blir altså til et sted i rommet mellom institusjoner, grupper og individer.

José Teunissen, professor i mote og design, mener at mote som konsept endret seg på 1960-tallet. Det skulle ikke lenger fremstille et kvinnelig ideal men være et uttrykk for et kunstnerisk uttrykk og visjon. Mote var ikke lenger bare til for en kropp, men ble sett på som en del av noe større – identitet, selvilde, og samfunnet.⁵²

Det finnes mange filosofiske tekster rundt motens ulike egenskaper. Lars Fr. H. Svendsen har skrevet boken *Mote – et filosofisk essay*, der han på underholdende vis har samlet sammen mange av de ulike filosofiske ideer rundt mote gjennom historien. Nietzsche fremhever mote som et kjennetegn på det moderne, fordi moten er et tegn på individets frigjøring fra autoriteter og avskaffelse av tradisjoner.⁵³ Mote er en nullstilling, en frigjørelse fra det som var før. Men det finnes et paradoks her. For i det man frigjør seg fra det gamle går man inn i en ny undersøkelse. Motens relasjon til det nye er det flere som vektlegger. I følge Walter Benjamin er mote det nyes evige gjenkomst,⁵⁴ og Kant fremhevet viktigheten av det nye innen mote, at det nettopp er det nye som gjør at moten blir populær.⁵⁵ Dette passer godt med Melchior sin påstand der ideen om ”det nye” er en viktig grunn til at motestillinger har blitt så populære.

Mange anser altså mote som et viktig element for å forstå sin egen tid, men også for å forstå vår fortid og andres kulturer. Ser man mote som en abstrakt ide, er klesmote kun en form for mote, en av mange moter.⁵⁶ Så moten er omgitt av tvetydighet, både ansett som noe ekstremt vesentlig for å forstå mennesker og samfunn, men også som noe totalt uviktig og overfladisk.

Men for å få det ned på et litt mindre abstrakt plan, lander jeg på Eriksen sin overnevnte definisjon av mote:

⁵¹ Loscheck, *When Clothes Become Fashion: Design and Innovation Systems*, 177

⁵² José Teunissen: Understanding fashion through the museum, 33, Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice. 41

⁵³ Lars Fr. H. Svendsen, *Mote – et filosofisk essay*, Universitetsforlaget, 2004, 24

⁵⁴ Lars Fr. H. Svendsen, *Mote – et filosofisk essay*, Universitetsforlaget, 2004, 10.

⁵⁵ Lars Fr. H. Svendsen, *Mote – et filosofisk essay*, Universitetsforlaget, 2004, 26

⁵⁶ Lars Fr. H. Svendsen, *Mote – et filosofisk essay*, Universitetsforlaget, 2004, 13

”alt som finnes av populære klesstiler på et bestemt tidspunkt, og da inkluderer hun alt fra haute couture, ikke-mote, til de klær mennesker som sier de ikke bryr seg om mote har på seg.”⁵⁷

Moteplagg som formidlere

Klær kommuniserer, er en påstand jeg har kommet over i flere tekster om moteklær, og bruk av klær i utstillinger. Jeg er for så vidt enig i at klær kommuniserer, men det må settes spørsmålstegn ved hvor mye, hva, for hvem og hvilke klesplagg som faktisk kommuniserer.

Antropologen Terrence S. Turner ser for seg kroppens overflate som en symbolsk scene der skuespillet for vår sosialisering foregår og alle variasjonene av kroppslig dekorasjon blir språket som vi kommuniserer dette med.⁵⁸ Vår kropps overflate er ikke bare grensen for vårt individs biologiske og psykologiske enhet, men er også som en grense for «the social self», «det sosiale selvet». Disse to enhetene, det sosiale selvet og det psyko-biologiske individ, er to ulike ting. Kroppens overflate er den eneste felles grense for samfunnet, det sosiale selvet og det psyko-biologiske individ, og mener det er derfor ekstra viktig å undersøke hva man bruker denne grensen til.⁵⁹

Enkelte klesplagg snakker helt klart tydeligere til oss enn andre. Uniformer forteller oss mye, om det så er militæruniform, skoleuniform, eller korpsuniform, for å nevne noen. Men det forutsetter at man er kjent med uniformenes tilhørighet. Andre klær kan fortelle om eierens musikksmak, enten direkte via musikkgruppers navn trykket på t-skjorte, eller hele personens klesstil. Men ikke alle er bevisste hva som stått på t-skjorten sin, så dette kan heller ikke hevdes bastant. Klær kan også avsløre hobbyer og interesser, som for eksempel hvilket fotballag man heier på, om man er på vei til trening eller den tidligere nevnte korpsuniform.

Det er ikke akkurat en nytenkende ide dette med at klærne uttrykker noe om mennesket som går med det⁶⁰ Men det blir for enkelt å si at siden klær er en type språk, så er de gode formidlere i

⁵⁷ Lars Fr. H. Svendsen, *Mote – et filosofisk essay*, Universitetsforlaget, 2004, 15

⁵⁸ Terrence S. Turner – *The social skin* 2012, HAU:Journal of Ethnographic Theory 2, 486

⁵⁹ Terrence S. Turner – *The social skin* 2012, HAU:Journal of Ethnographic Theory 2, 486

⁶⁰ Fred Davis, *Fashion, Culture, and Identity*. The University of Chicago press, Chicago & London, 1992, 3.

museumsutstillinger. For alle klær kommuniserer ikke, og selv om de kommuniserer så betyr jo ikke det at alle betraktere tenker det samme.

Man kan også legge til at det er vanskeligere og vanskeligere å anse mote som et språk, jo senere moten har blitt laget. Svendsen mener at i vår samtid, er moteplaggene i seg selv så selvrefererende, med et enormt fokus på mote som kunstformen, at innholdet til plagget har nesten forsvunnet. Det har ikke lenger et budskap, for plagget i seg selv er budskapet. Det estetiske, det sjokkerende, det kunstneriske har blitt budskapet.⁶¹

Etter min mening er nok det beste dersom man skal sammenligne klær og språk, å ikke se seg blind på denne sammenligningen, men innse at moteplagg (og kanskje spesielt moteplagg) har en grense for hvor mye de kan formidle kun ut ifra plagget selv.

Klær er semantisk ustabile fordi de er så avhengige av sin kontekst, derfor er det kanskje konteksten rundt moteplaggene i moteutstillingene som er det viktigste kuratorene må fokusere på, slik at de utstilte plaggene overhode kan brukes som et slags språk som kan formidle. Professor i mote og museologi, Judith Clark, er også opptatt av denne konteksten rundt.

Hun mener at det er gjennom våre egne erfaringer med å ha på klær som gjør at moteplagg er et godt verktøy når det gjelder å formidle noe til publikum. Betrakteren ser fort seg selv i de utstilte klærne, og gjør at vi leser omgivelsene rundt utstillingsdukken på en personlig måte, mener Clark. Gjennom moteplagget opplever vi omgivelsene rundt utstillingsdukken, vi kjenner det på kroppen mer enn en utstilt vase eller kopp. Romfølelsen er en viktig del av påvirkningen vi opplever at moteplaggene. Vi oppfatter høyden på sokkelen utstillingsdukken står på bedre, eller hvor klaustrofobisk det er å stå inne i et glassbur.⁶²

For Judith Clark er moteplagget et utmerket referansepunkt for betrakteren når det gjelder å tenke i romfølelse og skala, og dette er noe som kuratorer kan bruke bevisst i deres utstillingsdesign. Dersom dette er sant, vil man få mye igjen for å bruke omgivelsene rundt utstilte moteplagg på en bevisst måte, slik at man kan påvirke betrakterens opplevelse av utstillingen.

⁶¹ Lars Fr. H. Svendsen, *Mote – et filosofisk essay*, Universitetsforlaget, 2004, 71

⁶² Clark, Judith, *Looking at looking at dress*, Viktor and Rolf Exhibition Symposium presentation Barbican Gallery, September 2008.

Det er altså to hovedmomenter en betrakter blir påvirket av når et moteplagg blir utstilt, i følge Clark, og som burde brukes aktivt i utstillingsdesignet. Det personlige forholdet betrakteren har til et plagg i seg selv, og plagget som gir betrakteren en følelse av rommet rundt plagget, ved å sette seg selv inn i utstillingsdukkens sted.⁶³

Det er egentlig vanskeligere og vanskeligere å anse mote som et språk, jo senere moten har blitt laget. Nå, i min samtid, er moteplaggene i seg selv så selvrefererende med et enormt fokus på mote som kunstform, at innholdet til plagget har nesten forsvunnet. Det har ikke lenger et budskap, for plagget i seg selv er budskapet. Det estetiske, det sjokkerende, det kunstneriske har blitt budskapet.⁶⁴ Haute couture er ikke laget for å brukes på gaten, men for å brukes på catwalk av en profesjonell modell. Det moteplaggene kommuniserer der, er hva motehuset har blitt inspirert av og hvilke elementer av disse kunstplaggene man mest sannsynlig kan gjenfinne i plaggene de produserer som havner i butikkhyllene. Dette går da på mønstre, farger, snitt og lignende. De kan også kommunisere noe om klassetilhørighet, siden det er en kjensgjerning at haute couture er dyre plagg, langt over Hennes & Mauritz-priser. Men det sier oss ingenting om bæreren, annet enn at hun er en modell.

Kort oppsummert så er mote et vanskelig begrep. I museumsammenheng kan det altså virke som det er like så viktig med omgivelsene rundt det utstilte moteplagget, som plagget i seg selv. Klær kan kommunisere noe, men er en ustabil kommunikator og kan oftest ikke brukes alene, og kanskje er haute couture særskilt vanskelig å bruke som en formidler, siden det ikke er disse klesplaggene vi vanligvis omgir oss med og har hverdagslige assosiasjoner til. Med dette i tankene skal jeg også derfor se nøye på hvordan kuratorene velger å fremheve plaggene og utstillingstemaet med omgivelsene rundt plaggene.

⁶³Clark, *Looking at looking at dress*.

⁶⁴Lars Fr. H. Svendsen, *Mote – et filosofisk essay*, Universitetsforlaget, 2004, 74.

Mote i museer – før og nå.

Det er ikke så enkelt å stadfeste akkurat når museer kom til. Det kommer helt an på hvilken del av museumsvirksomheten man fokuserer på. Hvis det er samlingen til museet man legger til grunn, kan man hevde at museene finner sin begynnelse i det som betegnes Wunderkammer, kuriositetssamling, kunstkammer eller raritetskabinett. Dette var samlinger velstående overklassemenn og lærde i Europa anla på 1500 og 1600-tallet, for å vise «variasjonen og rikdommen i Guds skaperverk, naturens mangfold og menneskenes kunstferdighet», som Anne Eriksen beskriver dem som.⁶⁵ ..

Men disse samlingene var på ingen måte tilgjengelige for de fleste å besøke. Så dersom man skal gå ut fra dagens forståelse av museet som en offentlig tilgjengelig institusjon, som blant annet er vektlagt i ICOMs museumsdefinisjon, må man litt lenger frem på den historiske tidslinjen. Det var mot slutten av 1600-tallet og 1700-tallet de første Europeiske museumsinstitusjonene åpnet, som minner bedre med dagens museum. Eksempler fra denne tiden er The Ashmolean i Oxford (1683), British Museum i London (1753), Museum Fridericianum i Kassel (1779), Louvre i Paris (1793) og Musée des Monuments Français i Paris (1795).⁶⁶ Mens selv disse var egentlig ikke så offentlige tilgjengelige som man skulle tro, og gjør det fremdeles litt kinkig å kunne bastant si når de første museene egentlig åpnet.

Selv om det er vanskelig å si akkurat når museet kom til, så kan man med sikkerhet si at moteutstillinger på museer kun har vært et kortvarig fenomen, museumshistorisk sett. I 1939 begynte kunstmuseer å innsamle moteplagg⁶⁷, men det var først på 1970-tallet de store og ekspresjonistiske moteutstillingene tok form, slik de vi kjenner godt til i dag.⁶⁸

Enkelte museer har alltid hatt tekstiler og klesplagg representert i samlingene sine, men når ble moteplagg også inkludert? I følge Melchior kan man dele moteplaggenes inntog inn i museet i 3 ulike faser:

⁶⁵ Anne Eriksen, *Museum – en kulturhistorie*, Pax Forlag A/S, Oslo 2009, 21.

⁶⁶ Anne Eriksen, *Museum – en kulturhistorie*, Pax Forlag A/S, Oslo 2009, 21.

⁶⁷ Melchior, *Fashion Museology: Identifying and Contesting Fashion in Museums*, 4.

⁶⁸ Melchior, *Fashion Museology: Identifying and Contesting Fashion in Museums*, 4.

Første fase – Motens inntog 1930 - 1960

Det har ikke vært uvanlig å finne klær i samlinger til kulturhistoriske muser. Men det var ikke det vi kan kalle for mote det var fokusert på, heller en kulturhistorisk vinkling der man skulle lære hvordan mennesker i forskjellige klasser hadde kledd seg gjennom tidene, eller hvordan mennesker i fremmede kulturer gikk kledd. I tillegg var det ofte fokusert på seremonielle plagg. Det var ikke før i 1939 det skjedde noe nytt i museenes forhold til mote, nemlig da kunstmuseer begynte å finne plass til moteplagg i samlingene sine. Kunstmuseene brydde seg ikke om hvem som hadde gått med plaggene eller hva plaggene representerte kulturhistorisk, men hadde helt andre kriterier som stil, form, materiale, design og selvsagt plaggets estetikk.⁶⁹

Interessen for plaggets materiale delte kulturhistoriske museer med kunstindustrimuseer som også samlet på tekstiler. Etter hvert har de fleste kunstindustrimuseer skiftet navn til Museet for kunstindustri og design, eller lignende navn som inkluderer både ordene kunstindustri og design.

I denne første perioden ser ikke Melchior at det finnes grunnlag for å snakke om det hun kaller motemuseologi, men kun draktmuseologi. Museenes fokus rundt klesplagg handlet mye om det praktiske rundt plagget, som registrering, innsamling, forskning, kommunikasjon og konservering. Det var i museene en akademisk interesse for klesplagg startet, og registreringen museene utførte av plaggene i samlingen, med de detaljerte beskrivelsene, dannet grunnlaget for det som nå kalles drakthistorie eller kleshistorie. Ikke overraskende førte dette praktiske synet rundt behandling av kledninger til de formuleringene vi finner i de internasjonale retningslinjene for håndtering av klær i museer, kjent som ICOM Costume Committees Guidelines of Costume.⁷⁰

Det er to steder i denne perioden vi finner en liten interesse for moteplagg, the Costume Institute i New York og the Gallery of Costume i Manchester.

⁶⁹ Fashion Museology: Identifying and Contesting Fashion in Museums, 4.

⁷⁰ Fashion Museology: Identifying and Contesting Fashion in Museums, 4

Andre fase – Etableringen 1960 - 1990

«Everything must look now» - Diana Vreeland⁷¹

Vi må noen tiår etter andre verdenskrig før vi finner en større interesse for moteplagg i museer, rundt 1960-1970. Det var nok ikke tilfeldig dette skjedde i denne perioden som var veldig preget av populærkultur generelt. Det var også på 1960-tallet mote ble demokratisert og gikk fra å være et luksusprodukt til å bli tilgjengelig for de aller fleste.⁷² Mote handlet ikke lenger bare om å representere et feminint ideal eller utstråle bærerens rikdom. Det var nå Victoria & Albert i London begynte å arbeide systematisk med motesamlingen sin, the Fashion institute of technology ble stiftet i New York og i Bath grunnla Doris Langley det som senere ble til Fashion Museum, nemlig Moore Museum of Costume.

I New York skjedde det noe nytt innen moteutstillinger. Mellom 1972 – 1989 hadde the Costume Institute et nært samarbeid med tidligere sjefsredaktør i Vogue, Diana Vreeland, der hun kuraterte flere spesialutstillinger innen mote. Hun tok inspirasjon fra sine egne erfaringer, og nedprioriterte derfor motehistorien til fordel for Haute Couture og stjernedesignere. Moteplaggene ble ikke fremstilt som selvstendige plagg, men som en del av noe større – en brikke i en kunstners visjon og fantasiverden.⁷³ Vreeland ønsket å bringe mer liv inn i moteutstillingene, og kastet ut de tradisjonelle dukkene til fordel for mer unike utstillingsdukker, tok inspirasjon fra de store motebutikkens utstillingsvinduer og hadde et større fokus på dramatisk lyssetting.⁷⁴ Hun tok altså motebransjens eget språk inn i museet.

José Teunissen skriver i Fashion and Museum, om hvordan Vreeland endret moteutstillingene som konsept. Det var ikke bare rent stilmessig hun forandret utstillingen, også innholdet fikk en ny vri. Hun ville heller at de utstilte moteplaggene var «up-to-date» enn historisk korrekte, og arbeidet under mottoet «Everything must look now».⁷⁵ Teunissen viser til utstillingen «The

⁷¹ José Teunissen: Understanding fashion through the museum, 33, Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice, 33

⁷² José Teunissen: Understanding fashion through the museum, 33, Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice. 35

⁷³ Fashion Museology: Identifying and Contesting Fashion in Museums, 4

⁷⁴ José Teunissen: Understanding fashion through the museum, 33, Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice. 33

⁷⁵ José Teunissen: Understanding fashion through the museum, 33, Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice. 33

Manchu Dragon: Costumes of China» (1980), som et eksempel for hvordan hun gjorde dette. I denne utstillingen kunne man se karakteristiske og fargerike broderte plagg fra Ch'ing Dynastiet (1644 – 1912) i Kina⁷⁶. Vreeland valgte å fremvise klærne på en datidens moderne måte, etter 80-tallets stil. Hun tok de gamle plaggene og kledde utstillingsdukkene med dem i en lag-på-lag-stil og mikset plagg med ulike mønster og fra ulike epoker, og fikk de gamle plaggene til å se aktuelle ut.

Disse utstillingene ble meget populære og har dannet grunnlaget for de store moteutstillingene som er populære også i dag, som for eksempel Alexander McQueen-utstillingen på the Metropolitan museum of art i 2011.

Melchior ser en forskjell i hvordan moteplagg blir sett på og behandlet i utstillingen og i samlingen. I museets arkiver var det fremdeles ICOMs retningslinjer som var rammene rundt, men i utstillingen var rammeverket inspirert av kommersielle moteshow og et fokus på kreativitet, atmosfære og selve utstillingsopplevelsen.⁷⁷

Motens tilgjengelighet gjorde at museene måtte tenke annerledes om hva de skulle innsamle og utstille. Nye spørsmål meldte seg. Nå som mote var så utbredt, hva skulle museet samle på? Var det fremdeles Haute Couture, eller var det egentlig gatemoten som var det mest riktige tidsbilde nå? Og hva skulle den akademiske forskningen fokusere på nå som mote ikke lenger var forbeholdt en elite, men brukt på forskjellige måter av ulike grupperinger i samfunnet? Det var på tide med en ny moteforskning, der mote måtte kontekstualiseres med samfunn og politikk. Tiden var moden for at mote skulle bli sett på som et kulturelt fenomen, i følge Teunissen.⁷⁸

Tredje fase -1990 - nå

I den tredje og nåværende periode, har museenes interesse for mote blitt så stor at Melchior finner det nødvendig å snakke om en egen motemuseologi. Motesamlinger har utviklet seg fra å være en

⁷⁶ Mailey, Jean, *The Manchu Dragon: Costumes of the Ch'ing Dynasty, 1644–1912*, 1980, the metropolitan museum of art, New York, 5.

⁷⁷ Fashion Museology: Identifying and Contesting Fashion in Museums, 5

⁷⁸ José Teunissen: Understanding fashion through the museum, 33, Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice. 35

samling av autonome objekter til objekter som er uttrykk for ideer, følelser, atmosfærer. I tillegg har det kommet enda en viktig innfallsvinkel, museets bruk av mote som en strategisk plan, siden moteutstillingene også får mye omtale i media.⁷⁹ Utstillingene har hovedsakelig fortsatt fokus på samtidens eller 1900-tallets motedesignere, som sammenfaller med det publikum helst vil se. Melchior mener at disse moteutstillingene gjør at museet virker mer levende og synlig. Men disse utstillingene bryter av og til med de offisielle retningslinjene til ICOM for hvordan man skal behandle klesplagg korrekt i en museumskontekst, retningslinjer som i bunn og grunn er der for å sikre klærne som skal bevares som en del av vår kulturarv for ettertiden.⁸⁰

Selv om Vreelands moteutstillinger har vært en stor inspirasjon for nåtidens moteutstillinger, har vi også sett en kritikk av disse utstillingene på 2000-tallet. Ulike motekuratorer har distansert seg fra hennes visuelle fokuspunkt og mangel av dybde og historisk nøyaktighet.⁸¹ Valerie Steel (kurator ved the museum of fashion Institute of Technology, New York) sier:

«Museum visitors are also becoming ever more visually sophisticated, and exhibition design is increasingly important. At the same time, I believe that a significant percentage of museum visitors really want to learn something when they see an exhibition. There is no reason why exhibitions cannot be both beautiful *and* intelligent, entertaining *and* educational”⁸²

Dette ønsket om å lage vakre og intelligente moteutstillinger, er akkurat det Melchior etterlyser i sin motemuseologi. Og på begynnelsen av 1990-tallet finner man noen moteutstillinger som både er underholdende og opplysende, slik Steel søker. Teunissen nevner «Streetstyle: From Sidewalk to Catwalk», som åpnet i 1994 på V&A i London, og mener at denne utstillingen var da en av de mest betydningsfulle moteutstillingene i sin tid. Denne utstillingen var basert på boken *Subculture* av Dick Hebdige, og var en utstilling som utforsket mote som et kulturfenomen⁸³. Tanken var å vise hvordan ungdomskulturer siden 1950-tallet hadde brukt klær som en tydelig

⁷⁹ Fashion Museology: Identifying and Contesting Fashion in Museums, 5

⁸⁰ Fashion Museology: Identifying and Contesting Fashion in Museums, 5

⁸¹ José Teunissen: Understanding fashion through the museum, 33, Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice. 34

⁸² José Teunissen: Understanding fashion through the museum, 33, Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice. 34

⁸³ José Teunissen: Understanding fashion through the museum, 33, Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice. 35

identitetsmarkør, og utforske hvordan motetrender kunne avsløre noe viktig om en kultur. For første gang var utgangspunktet for utstillingen en underliggende visjon og ikke klærne i seg selv.⁸⁴⁸⁵ En annen utstilling fra 90-tallet som også ville sette fokus på mote som et kulturelt fenomen, var utstillingen «Visions of the Body: Fashion or Invisible Corset», kuratert av moteakademiker Akiko Fukai på Kyoto Costume Institute of the National Museum of Modern Art, i 1999.⁸⁶

Motekuratorenes ønske etter innhold i utstillingene kan kanskje også kobles til hvordan moten i seg selv hadde utviklet seg i en konseptuell retning. På 1990-tallet var det mange motedesignere som ble inspirert av temaer som død, traumer og fremmedgjørelse. Et kjent eksempel på dette er trenden «heroin chic» med Calvin Klein og modellen Kate Moss i spissen, som var en motkultur på 90-tallets supermodeller med sitt sunne «the girl next door» - utseende.⁸⁷

En slags bivirkning fra de store moteutstillingene har vist seg at museets egen samling blir ofte nedprioritert til fordel for de temporære utstillingene.⁸⁸ Eksempel på dette er det relativt nye museet the Fashion and Textile Museum i London, som har valgt å redusere selve samlingen sin til det minimale. Og i de store moteutstillingene, som for eksempel den tidligere nevnte utstillingen Alexander McQueen: Savage Beauty, er de aller fleste plaggene ikke en del av museets samling, men på utlån fra det private arkivet til Alexandre McQueens motehus. Siden klærne ikke tilhører museet, trenger de heller ikke ta hensyn ICOMs retningslinjer, for det er den private eieren som bestemmer om tekstilene skal være bak glass eller ikke, om prioriteten er å beskytte plagget fra de besøkendes klåfingrede hender eller å begeistre de besøkende med alle tilgjengelige virkemidler.

⁸⁴ José Teunissen: Understanding fashion through the museum, 33, Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice. 35

⁸⁵ Noe lignende gjorde Rhösska Museum med sin utstilling ”Vi Lever alla med HIV” (2013/2014), der de sammenkoblet historien og ulike subkulturers mote fra samme tidsrom.

⁸⁶ José Teunissen: Understanding fashion through the museum, 33, Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice. 36

⁸⁷ http://en.wikipedia.org/wiki/Heroin_chic

⁸⁸ Fashion Museology: Identifying and Contesting Fashion in Museums, 5

Oppsummering

Moteplagg i museet er altså et 1900-talls fenomen. Antydningene ble synlig rett før andre verdenskrig. Fokuset da var ikke akkurat mote, men mer kjoler og klær som var kulturhistoriske relevante. Mote ble betydeligere mer synlig i museer i den andre perioden, fra 1960 – slutten av 1990. Den tredje og siste perioden, fra sent 1990 til i dag viser et konsentrert fokus på mote i museer, utviklingen av nye, rene motemuseer, utbredelsen av moteutstillinger på museer uten egen klessamling, og utstilling av mote i spektakulære visuelle show modellert etter de høyprofilerte haute couture motevisningene i Paris.

Denne konseptuelle tilnærmingen til mote, har blitt møtt med skepsis fra de mer tradisjonelle motekuratorer som er redd for at ved å behandle mote mer som en underdel av kunsthistorien, mister man fokuset på moteplagg som et autonomisk objekt med estetisk verdi. Liker ikke hvordan klærne oppfattes som en slags illustrasjon for en underliggende ide.⁸⁹

Moteutstillinger gir ikke museet bare mer oppmerksomhet, det moderniserer det også og gir det et trendy image gjennom de spektakulære moteutstillingene. Samtidig skaper det et stort skille mellom museumssamlingen sin og de temporære spesialutstillingene.⁹⁰

⁸⁹ José Teunissen: Understanding fashion through the museum, 33, Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice. 40

⁹⁰ Fashion Museology: Identifying and Contesting Fashion in Museums, 5

Kapittel 4. Analyse av utstillinger

The Enchanted Palace

*“Welcome to the enchanted palace. The builders have arrived at Kensington and the palace is being transformed; it has been turned inside out and its stories and secrets are being shaken out with the dust. They tell of the lives of princesses caught within the strange and mysterious world of the court—a world within a world, governed by its own time and rituals”*⁹¹

Kensington Palace er en kongelig residens i bruk, der deler av bygget har siden sent på 1800-tallet også vært åpent for publikum. Til vanlig kan de besøkende kan vandre rundt i bygget og se ulike rom der man både blir bedre kjent med personene bak de offisielle rollene og der viktige historiske hendelser har foregått.⁹² Siden 1984 har Kensington Palace også vært eiere av the Royal Ceremonial Dress Collection, som dateres tilbake til 1700-tallet og frem til i dag.⁹³ I nyere tid har Kensington Palace blitt sterkt forbundet med den (for noen) evigpopulære Prinsesse Diana, som bodde der fra 1981 til sin død i 1997.

På nettsiden til Kensington Palace leser man hvordan de beskriver sin egen formidlingsfilosofi: *“Expect something different from the usual heritage experience, as our principle is tradition with a twist...”*⁹⁴ De fleste museer kunne nok ha skrevet under på denne erklæringen, men ut av dette virker de i hvert fall ikke fremmed for å sette opp utradisjonelle utstillinger, mens de samtidig ønsker å beholde en historisk relevans.

Selv om det er dronningen som eier bygget, driftes det av den uavhengige organisasjonen Historic Royal Palaces (HRP), som også bestyrer Tower of London, Hampton Court Palace, Kew Palace, og Banqueting House. HRP ønsker generelt å bryte gamle tradisjoner innen formidling og utstillingsformer, noe som nevnt over også kommer til uttrykk på nettsidene til Kensington Palace.

⁹¹ Alexandra Kim, “The Enchanted Palace” at Kensington, Curator: The Museum Journal, Volume 54, Issue 4, 2011, Pages 403–412

⁹²<http://www.hrp.org.uk/KensingtonPalace/WhatsOn/Default.aspx>

⁹³<http://www.royal.gov.uk/TheRoyalResidences/KensingtonPalace/Today.aspx>

⁹⁴<http://www.hrp.org.uk/KensingtonPalace/KPNewPlanyourvisitLandingPage> (Oppsøkt 01.08.2014)

I følge Alexandra Kim, utstillingens kurator, ble denne utstillingen en av de mest radikale og nytenkende som HRP har jobbet med.⁹⁵ Hun forteller også om hvordan «HRPs mål er å gi alle muligheten til å utforske historien til kongelige og andre som har formet samfunnet, i noen av de vakreste byggene som har blitt bygget.»⁹⁶ HRP har tidligere lagt sin ære i å fremvise autentisitet og gikk dermed med denne utstillingen i en helt ny retning for dem, der de fleste fremviste objekter var nye og spesiallaget for utstillingen, det var kun en håndfull objekter som kom fra samlingen til HRP selv.

Utstillingens bakgrunn

Utgangspunktet for utstillingen var en ide som oppstod når det ble planlagt en stor renovering av Kensington Palace i 2010-2012. Istedenfor å stenge hele bygget, ønsket de heller å finne en måte de kunne bruke oppussingsarbeidet til sin fordel. Det var ikke bare store deler av bygget som måtte avsperras, de fleste av de dyrebare møblene, gjenstandene og klesdraktene måtte også lagres, slik at ingenting skulle skje med dem.⁹⁷ Uten de originale objektene måtte Kensington Palace og HRP altså skifte fokusfeltet sitt til noe annet. Det store spørsmålet ble: hva kan et museum stille ut, når objektene er lagret vekk?

I følge Kim, skjedde det et gjennombrudd i idéprosessen da HRP møtte teaterkompaniet Wildworks. De er en stedsorientert og performancebasert teatergruppe fra England som tar sterk inspirasjon fra omgivelsene og lager fantasirike miljøer som fremhever stedets særpreg. Dette var en partner som nærmest var skreddersydd for hva HRP var ute etter, og Wildworks kom opp med et konsept som HRP fort ble begeistret over: I 300 år har Kensington Palace huset konger, dronninger, prinser og prinsesser, hva hvis oppussingsarbeidet rister ut gammelt støv og glemte historier ut av veggene?⁹⁸

På denne måten kunne de fremdeles holde åpent, uten å miste inntekter i form av inngangspenger.

⁹⁵ Alexandra Kim, "The Enchanted Palace" at Kensington, Curator: The Museum Journal, Volume 54, Issue 4, 2011, Pages 403–412

⁹⁶ Alexandra Kim, "The Enchanted Palace" at Kensington, Curator: The Museum Journal, Volume 54, Issue 4, 2011, Pages 403–412

⁹⁷ Alexandra Kim, "The Enchanted Palace" at Kensington, Curator: The Museum Journal, Volume 54, Issue 4, 2011, Pages 403–412

⁹⁸ Alexandra Kim, "The Enchanted Palace" at Kensington, Curator: The Museum Journal, Volume 54, Issue 4, 2011, Pages 403–412

I tillegg ville de også eksperimentere og prøve å nå ut til dem som ikke pleide å besøke Kensington Palace, nemlig barnefamilier og lokalbefolkningen. De ønsket spesielt å slutte med de upersonlige audioguidene og den tradisjonelle belærende og lineære ruten gjennom bygget. Ved å benytte seg av kontaktene i motebransjen, kunne de bygge videre på den kongelige kjolesamlingen og vise nye og gamle kjoler sammen i dramatiske setninger som ville bli forsterket av de eventyraktige omgivelsene i Kensington Palace. Dette kunne blandes med de unike historiene til menneskene som hadde bodd her før, og prøve å spille på publikums følelser og fantasi, med Wildworks hjelp. Kunne et vanlig menneske i 2011 kjenne seg igjen i følelsene til en prinsesse fra 1800-tallet? Kunne publikum bli berørt av tragediene og gledene opp gjennom tidene på et følelsesmessig plan? Ved å flette sammen historiske fakta og klassiske eventyrelementer, håpet HRP og Wildworks nettopp på dette. Slik ville de vise det universelle og gjenkjennelige ved livene til prinsessene, samtidig som det eventyrlige aspektet ved livene deres også ble presentert.⁹⁹

HRP har tidligere jobbet sammen med kunstnere, men et samarbeid med både klesdesignere og et helt teaterkompani tok det krysskulturelle samarbeid til et nytt nivå. Wildworks utarbeidet det overordnede designkonseptet for rommene, og klesdesignerne måtte forholde seg til dette når kjolene ble tegnet, slik at kledningene ikke brøt med rommets konsept. En uvant arbeidsmåte for alle, og arbeidsprosessen ble av Michael Day, lederen av HRP, beskrevet som ”improvisert jazz”.

Noe av det første Wildworks gjorde var å skrive en liste over alle ting besøkende vanligvis ikke kunne gjøre i Kensington Palace, for så å prøve og få det til i denne utstillingen likevel. Nye tilnærminger ville forhåpentligvis appellere til et nytt publikum.¹⁰⁰

The Enchanted Palace

Etterhvert ble det overordnede konseptet klart. Når de besøkende kom, skulle de få utdelt et kart over rommene og en oppgave om finne navnene på de syv prinsessene utstillingen omhandlet: Mary, Caroline, Charlotte, Victoria, Anne, Margaret og Diana. Hver prinsesse fikk hvert sitt rom

⁹⁹ Alexandra Kim, “The Enchanted Palace” at Kensington, Curator: The Museum Journal, Volume 54, Issue 4, 2011, Pages 403–412

¹⁰⁰ Alexandra Kim, “The Enchanted Palace” at Kensington, Curator: The Museum Journal, Volume 54, Issue 4, 2011, Pages 403–412

og skulle bli representert ved en spesialdesignet kjole som fremhevet prinsessens personlighet og historie. Kjolene ble designet av de britiske designerne: Vivienne Westwood, William Tempest, Stephen Jones, Aminaka Wilmont, Boudicca og Echo Morgan.¹⁰¹ I tillegg finner man kjoler fra «the Royal Dress Collection», som har til sammen over 12 000 gjenstander.¹⁰² Wildworks bygget sine fantasirike omgivelser og installasjoner som skulle fremheve historiske fakta, men også frembringe spesielle stemninger. Publikum ble på denne måten oppmuntret til å være oppmerksomme og nysgjerrige. En av utstillingens kurator Alexandra Kim, uttalte følgende om utstillingen: we want people to connect with the emotions.¹⁰³ For å gi leseren en idé om hvordan utstillingen var, skal jeg beskrive tre rom i utstillingen.

The Room of the Sleeping Princess

"My dress is made up from 1,000 folded origami birds. There's an ancient Japanese legend that says if you fold 1,000 of them, your wish will be granted - and Victoria's was for freedom," explained Tempest of his design for Victoria's childhood bedroom, where she awoke to the news that she was to become queen. "¹⁰⁴

Dette rommet representerte prinsesse Victoria. Det var i dette rommet hun våknet opp og ble informert om at hun var blitt dronning i løpet av natten. Designeren William Tempest laget en kreasjon han kalte «Frihetens kjole», som blant annet består av en stor flokk av origamifugler, som ser ut som de kommer ut av tapetet og løfter kjolen opp i luften. Det er tusen stykker av dem, som er inspirert av tapetmønsteret i rommet. I tillegg er det en gammel Japansk legende som sier at den som innehar tusen origamifugler, vil få ett ønske oppfylt. Victoria ble oppdratt ekstremt beskyttet og isolert i Kensington Palace, og kjolen representerer Victorias lengsel eller frihet og selvstendighet. Origamifuglene samarbeider om å oppfylle ønsket til Victoria om frihet.¹⁰⁵

¹⁰¹ <http://www.vogue.co.uk/news/2010/01/14/kensington-palace-exhibition> (oppsøkt 07.08.14)

¹⁰² <http://www.wildworks.biz/media.html> (oppsøkt 06.08.14)

¹⁰³ http://www.huffingtonpost.com/2010/03/26/kensington-palace-turns-i_n_513497.html

¹⁰⁴ <http://www.vogue.co.uk/news/2010/03/26/kensington-palace-enchanted-palace-exhibition> (oppsøkt 13.01.14)

¹⁰⁵ <http://thefashionscoutsept09.blogspot.no/2010/03/review-enchanted-palace.html> (oppsøkt 05.08.14)

Som nevnt tidligere, mener Judith Clark at et moteplagg er et utmerket referansepunkt for betrakteren når det gjelder å tenke i romfølelse og skala, og at dette er noe som kuratorer kan bruke bevisst i deres utstillingsdesign.

Jeg mener slik ”The Origami Dress” er montert er et godt eksempel på dette. Her var kjolen plassert ”svevende” over betrakteren, noe som var et godt grep med tanke på hva kuratorene ønsket å formidle. Vi ble små i forhold til kjolen, og vi ble stående og kikke opp mot noe som var hevet over oss. Kjolen, det opphevede, representerte prinsesse Victoria i det hun våknet opp til nyheten om at hun var blitt dronning, noe hun ikke ville være. Ved å velge å montere kjolen slik, ble vi underdanige en dronning verdig, men følte også samtidig hvor liten hun kan ha følt seg og ærefrykten ved å bli påtvunget en slik stor oppgave. Designet i kjolen tilførte uttrykket en skjørhet og kaos, som fikk frem angsten og nervøsiteten vi vet prinsessen følte, og hennes ønske om flukt.



Figur 1 The Room of the Sleeping Princess

The Royal Room of Sorrows

Opp en privat baktrapp, går jeg i selskap av lydene av hviskende stemmer fra gamle tjeneres gjenferd, og finner soverommet til dronning Mary den andre. Rommet har en mørk og dystert atmosfære, og handler om kongelig ekteskap og viktigheten av å produsere en kongelig arving. Dronning Mary (dronning mellom 1689 – 1694) fikk ingen barn, og hennes søster som ble Dronning Anne (mellom 1702-1707), hadde hele fjorten spontanaborter. Hele rommet er fylt opp av små, vakre glassflasker med kork, som henviser til datidens tradisjon om å samle tårene i en slik tårefanger, korke den igjen, og vente til tårene var borte. Da skulle sorgen også forsvinne. Her har designerduoen Aminaka Wilmont designet en kjole som passende heter «The Dress of Tears», som representerer prinsesse Anne. En mørk kjole som svever litt truende i midten av den storslagne sengen. Mønsteret på kjolen og det lange silkesvøpet som er under kjolen og dekker store deler av rommet, har designerne laget selv, og er en blanding av nærbilder av regndråper på vindusglass, røykskyer og små menneskefoster.



Figur 2 the dress of tears

Bruce Oldfields sin kjole med navnet "Time for Reflection», står i samme rom og representerer prinsesse Mary. En uskyldsren og hvit kjole som speiler seg i et praktfullt speil, der man også ser sengen og den mørke kjolen til prinsesse Anne. I dette rommet inviteres betrakterne til å skrive på en liten hvit lapp når og hvorfor man sist gråt, og henge den opp i rommet.¹⁰⁶¹⁰⁷



Figur 3 Time for Reflection i The Royal Room of Sorrows

A room of the world, A world in a room

Echo Morgan har her laget et moderne kuriositetskabinett, inspirert av de samlegale dronningene Mary III og Caroline av Ansbach som var ivrige etter å samle merkvverdige og spesielle artefakter fra hele verden.¹⁰⁸ I deres samlinger var det blant annet malerier, porselen, eksotiske gjenstander,

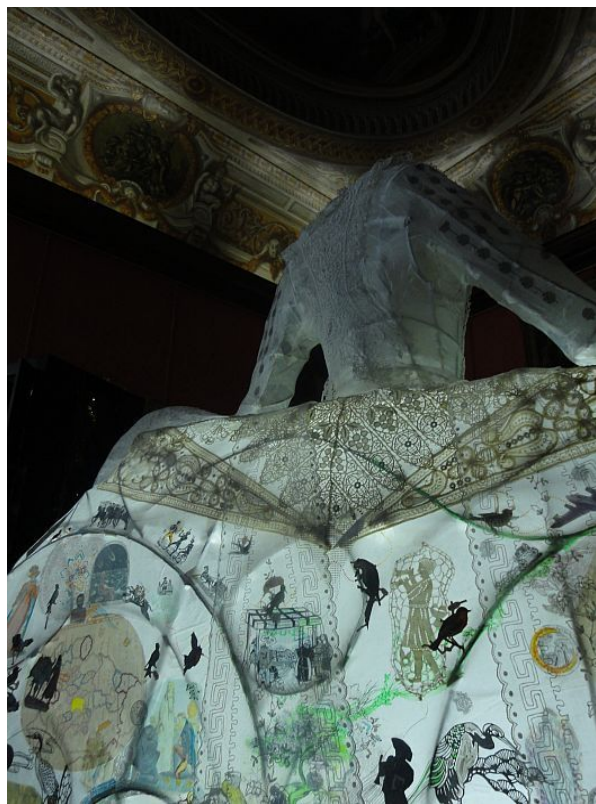
¹⁰⁶ <http://www.guardian.co.uk/uk/2010/mar/25/princess-diana-home-enchanted-palace> (oppsøkt 05.08.14)

¹⁰⁷ <http://ftape.com/media/?p=5742> (Oppsøkt 07.08.14)

¹⁰⁸ <http://www.fashion-stylist.net/blog/tag/the-enchanted-palace/>

tekstiler og andre kuriositeter. I dette kuriositetskabinettet finner vi skjell fra samlingen til prinsesse Margareth og andre gjenstander fra vår moderne tid. Kurisotetskabinettet er en viktig forgjenger vår dagens museum.¹⁰⁹ Echo har i tillegg til kabinettet designet en 1700-talls inspirert kjole med navnet «Dress of the World», som er laget av papir og dekorert med trykk fra gamle verdenskart.¹¹⁰ Kjolen fungerer som en lanterne som lyser opp det ellers litt dunkle rommet. Selve kabinettet representerer den mer nøkterne kongen, og kjolen dronning Caroline som sies å elsket å være midtpunkt.¹¹¹

Designeren bak kjolen, ble i tillegg til dronning Caroline inspirert av en 1700-talls mantua fra samlingen, og har brukt den samme formen i sin lanternekjole. Hun ville tenne en lanterne som skulle brenne som et minne for alle prinsessene som har bodd i Kensington Palace gjennom tidene, men som også skulle skinne som dronningen selv.¹¹²



Figur 4 Dress of the World

¹⁰⁹ Anne Eriksen, Museum – en kulturhistorie, Pax Forlag A/S, Oslo 2009, 21

¹¹⁰ <http://ftape.com/media/?p=5742>

¹¹¹ Intervju med designeren Echo Morgan:

http://londonist.com/2010/04/interview_artist_echo_morgan_from_t.php?showpage=3#gallery-1 (oppsøkt 04.01.14)

¹¹² ¹¹² Intervju med designeren Echo Morgan:

http://londonist.com/2010/04/interview_artist_echo_morgan_from_t.php?showpage=3#gallery-1 (oppsøkt 04.01.14)

Nytenkninger for Kensington Palace

Innen museologi er det blitt vanligere å se på museer som noe annet enn rene utstillingsrom som skal passivt vise frem sine dyrebare gjenstander til de som ønsker å komme. Museer skal aktivt arbeide for å komme sitt publikum i møte, uansett hvor variert det er. Et museum skal ikke bare være for en type mennesker, men ha et tilbud til alle.¹¹³ Selv om dette er en utbredt tanke innen museologien, betyr ikke dette at det er like utbredt i praksis. HRP og Wildworks ønsket å legge alle vaner til side, og gjorde om på den vanlige praksisen på en mengde måter.

Spesielt skulle de ansatte få en ny oppgave. Tidligere hadde de kunnskapsrike vaktene hatt en passiv rolle, med lite kontakt med besøkende. Wildworks integrerte dem inn i konseptet og gav dem en ny stillingsbeskrivelse: the Explainers. Nå fikk de en rolle som skulle aktivt oppsøke og fortelle om prinsessenes historie til publikum. Seminarer med Wildworks skulle forhåpentligvis få dem til å innse at deres rolle kunne de definere selv, og ha en stor påvirkning både for publikums forståelse og opplevelse.

Wildworks egne ansatte, spilte rollene som "the Detectors", noen merkverdige figurer som skulle beskytte Kensington Palace mot all forandring, fortelle historier i det tradisjonelle museets ånd og ha ulike typer performance. Publikum skulle lære prinsessenes historie på en annen måte enn det de var vant med fra før. Ingen tradisjonelle tekster på plakat eller audioguider var å spore, den teksten som fantes forekom på utradisjonelt vis. Små beskjeder var integrert i rommenes design. De kunne for eksempel være brodert på puter eller skrevet med "dugg" på speil. De lengste tekstene i utstillingen var korte og underfundige prinsessedikt skrevet av Wildworks-forfatteren Mercedes Kemp.¹¹⁴ Vektleggelsen av det visuelle og sosiale, og nedprioriteringen av tekst var selvsagt en bevisst strategi.¹¹⁵ Den mest tilgjengelige teksten var den som stod sammen med kartet gjestene fikk utdelt ved adkomst. Der var viktige historiske gjenstander markert, sammen med en liten og informativ tekst. HRP og Wildworks prøvde å få med flest mulige metoder for formidling, slik at de besøkende selv kunne velge hvordan de ville tilegne seg kunnskap.¹¹⁶

¹¹³ Vergo, Peter: "Introduction" i Peter Vergo (red.): *The New Museology*, 1989. London: Reaktion Books, 2.

¹¹⁴ <http://www.hrp.org.uk/KensingtonPalace/stories/Palacehighlights/EnchantedPalace/Fairytales>

¹¹⁵ Curator: The Museum Journal: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.2151-6952.2011.00105.x/full>

¹¹⁶ Curator: The Museum Journal: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.2151-6952.2011.00105.x/full>

Publikumsdeltakelse var altså et nøkkelord for *the Enchanted Palace*. Tenker man på et museum kan man lett se for seg alvorspreget stillhet, en forestilling HRP og Wildworks ville ryste litt i. *The Enchanted Palace*, ble designet for å være livlig, engasjerende og en sosial opplevelse. Publikum måtte snakke med resepsjonistene, Fortellerne og Detektorene, men også hverandre. Det var derfor viktig at utstillingen handlet om menneskene som hadde bodd der, og ikke arkitekturen eller interiøret. Mennesker relaterer seg til menneskelige følelser, og trenger ikke å bli belært om sorg eller glede, var Wildworks sin tankegang.¹¹⁷

Wildworks ville endre de vanlige åpningstidene til Kensington Palace, og for første gang kunne man besøke stedet på kvelden. I tillegg ble en ny blogg opprettet,¹¹⁸ som ble basert på en tidligere beboer på Kensington Palace: "Peter the Wild Boy", en ung gutt som ble funnet naken og alene i skogen i Hannover, Tyskland og fikk sitt nye hjem i London i 1726¹¹⁹

Helt fra begynnelsen av utstillingsproduksjonen var alle de ansatte for første gang med i prosessen. Alt fra regnskapsførere til gartnere deltok frivillig. Konservatorer, vakter og resepsjonister brettet tusenvis av små origamifugler som skulle brukes som en del av kjolen designet av William Tempest. Slik ble de ansatte engasjert og involvert i en utstilling på et helt nytt vis, en måte som skapte eierskap og entusiasme. Hele tilblivelsesprosessen ble et gruppearbeid som involverte alle som kom til å jobbe med denne utstillingen når den var ferdig. I tillegg ble lokalsamfunnet engasjert. Eldre på pleiehjem og skolebarn strikket tøy til en trone, og tenåringer fra spesialskoler laget dekorasjonene man kunne se ute i hagen. Ved å engasjere lokalsamfunnet slik, ble mange barrierer brutt for individer som tidligere trodde at Kensington Palace ikke var et sted for dem, og HRP og Wildworks fikk til målet sitt om å utvide besøksgruppen.¹²⁰ Dette er en del av tanken om «Økomuseet», et museum som er til for lokalbefolkningen.¹²¹

¹¹⁷ <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.2151-6952.2011.00105.x/full>

¹¹⁸ <http://www.peterthewildboy.com>

¹¹⁹ <http://www.standingstill.co.uk/peterthewildboy/about/>

¹²⁰ <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.2151-6952.2011.00105.x/full>

¹²¹ Gjestrum, John Aage og Marc Maure: Økomuseumsboka – identitet, økologi, deltakelse, s 52-53

Tilbakemeldinger

En slik nytenkende utstilling i et slikt tradisjonelt miljø, fikk selvsagt all verdens av reaksjoner. Majoriteten av de besøkende ble i følge Kensington Palace positivt overrasket, og gledet seg over den eventyrlige settingen. De likte fokuseringen på prinsessenes menneskelige sider, og hvordan utstillingen formidlet følelser og stemninger. Responsen fra disse besøkende var at forvandlingen fra et stille og tradisjonelt museum til et levende og opplevelsesrikt museum, trigget vitebegjærligheten deres. Spesielt de som aldri hadde villet besøkte Kensington Palace før, var begeistret. Barnefamilier følte seg velkommen med sine barn, noe de ikke alltid opplever i museer, og London-beboere som tidligere hatt vært der men som ikke ville dra dit igjen, dro tilbake og fikk endret inntrykket av stedet som statisk og kjedelig. Dette har HRP blant annet funnet ut ved å lese Twitter-meldinger, via besøksundersøkelser og lest anmeldelser på ulike nettsider.¹²²

The Enchanted Palace, fikk gode omtaler av motebransjen også. Flere medier i denne bransjen skrøt av hvordan HRP og Wildworks klarte å fremstille både nye og gamle kjoler på en spennende og levende måte. Kjolen ble fremstilt på eksentriske, spennende, morsomme og fantasifulle vis, alt det motebransjen selv syntes mote handler om. Klesdrakter i museum har en tendens til å bli vist på samme måte; Side om side på livløse utstillingsdukker, på en ofte uengasjerende måte.¹²³

Men det var selvsagt også besøkende som ikke fant seg til rette i *Enchanted Palace*. De fleste har en forståelse for at det er kunnskap som er handelsvaren til et museum, men hva slags kunnskap og hvordan den best formidles finnes det mange tanker om.¹²⁴ HRP var også selv i tvil om hva den gamle besøksgruppen ville mene om omveltningen av Kensington Palace. Flere av den gamle besøksgruppen mente at det ikke var riktig å presentere Kensington Palace på en slik måte. De følte at det dramatiske, den dunkle belysningen, mangel på tradisjonelle elementer, og de kunstneriske installasjonene, tok bort det storslagne ved rommene og Kensington Palace, og slettes ikke forsterket det. Noen hevdet de hadde heller foretrukket at stedet var stengt i 2 år, enn

¹²² Curator: The Museum Journal: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.2151-6952.2011.00105.x/full>

¹²³ <http://www.guardian.co.uk/artanddesign/2010/apr/02/enchanted-palace-art-kensington>

¹²⁴ Hooper-Greenhill, Eilean, *Museums and the Shaping of Knowledge*. Routledge, Taylor & Francis Group, London og New York, 1992, 2.

å ha det presentert på denne måten. De flotte møblene var borte og det var heller ikke nok om prinsesse Diana. Her kan det være verdt å merke seg at de sistnevnte klagene likegodt kunne ha kommet før *Enchanted Palace*, men det var først i en ny innpakning dette ble mer tydelig. Underveis i utstillingen redesignet derfor HRP og Wildworks informasjonsbrosjyren slik at de som ønsket mer skriftlig informasjon om de historiske gjenstandene i utstillingen skulle bli mer fornøyde.¹²⁵

Museer har forandret seg kraftig de siste tiårene, og for mange har denne omleggingen forstyrret deres forståelse av hva og hvordan et museum bør være. For «Enchanted Palace»-utstillingen viser det seg i tilbakemeldingene fra de besøkende som har savnet den vante museumsmodellen med mye skrift og informasjon, fokus på stilarter, objekter og konkret historie, og ikke menneskene, følelser og «Disneyaktige» virkemidler.¹²⁶ Disse tilbakemeldingene finner man enten i museets egne kanaler for tilbakemeldinger, men også i kommentarfelter på turistnettsider, blogger og på Twitter. Men det finnes ikke bare én type museum, eller én korrekt måte å fremvise objekter på. Ser man gjennom museenes relativt korte historie, har de allerede rukket å forandre seg flere ganger.¹²⁷

Publikum får ofte ikke forholde seg til de utstilte gjenstandene annet enn å se på dem. Kuratoren Alexandra Kim mener at kuratorer har stor makt når det gjelder å sette objekter inn i sammenhenger. De kuratorene som er bevisste denne makten, har vist seg å samarbeide oftere med andre og utenforstående slik at andres synspunkter og synsvinkler slipper til.¹²⁸ De utstilte objektene forandrer også mening gjennom sin kontekst. Derfor kan betraktere lære andre ting, når gjenstandene blir vist i ulike kontekster.¹²⁹ Dette forutsetter at de besøkende er villige til å møte gjenstandene i en ny sammenheng, for som tilbakemeldingene viser, får flere besøkende en dårlig museumsopplevelse når forventningene ikke imøtekommes.

¹²⁵ **Curator: The Museum Journal:** <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.2151-6952.2011.00105.x/full> (Oppsøkt 05.12.14)

¹²⁶ Eksempel på et kommentarfelts tilbakemeldinger <http://www.timeout.com/london/museums-attractions/event/179585/enchanted-palace> (Oppsøkt 07.12.12)

¹²⁷ Hooper-Greenhill, *Museums and the Shaping of Knowledge*, s1

¹²⁸ Hooper-Greenhill, *Museums and the Shaping of Knowledge*, s7

¹²⁹ Brenna, Brita : "Hva gjør museologi?" i *Nordisk museologi* , 2009. nr.1. s68

Dette kunne lett ha blitt en utstilling om de mektige kongene som har bodd her. Fra et feministisk perspektiv kan man notere seg at det er kvinnene som har blitt fremhevet. Det er prinsessenes følelser og historier som utstillingen handler om, et område som ofte forsvinner i museer der det fra gammelt av fokuserte mest på mennene og deres roller. Kvinner ble ofte redusert til bifigurer i utviklingen av samfunnet.¹³⁰ Dette er også noe den nye museologien fokuserer på, trekke frem de som har blitt glemt av historien.

Utstillingen *the Enchanted Palace* har vist fordeler og ulemper med en mer performancerettet og publikumsaktiviserende museumsmodell. Den nye publikumsgruppen tok godt imot *the Enchanted Palace*, både barnefamilier og London-boere fikk opp øynene for Kensington Palace, som for dem hadde vært utenkelig å besøke før.

Ulempen ved utstillingen er som nevnt tidligere at mange av den gamle besøkskjernen, de som var ute etter en korrekt historisk fremvisning av Kensington Palace, ble ekstremt skuffet.

The Enchanted Palace har i følge HRP satt evige spor i museumsdriften. Etter denne opplevelsen kan de aldri gå tilbake til den helt tradisjonelle utstillingsformen igjen. Claire Corby som har jobbet på Kensington Palace i ni år, uttalte: "I'm loving the entire project. I'm at work and I'm having fun. What I love most is that now the story of the palace is about the people who lived here rather than about the fabric of the building, the furniture and the paintings."¹³¹

Samarbeidet med utenforstående gav et etterlengtet friskt pust inn i museet, og de nye tilnærmingene til stedets historie har gitt HRP stor inspirasjon og entusiasme, sier Alexandra Kim. For å ikke drive bort de nye besøksgruppene igjen er de fast bestemt på å fortsette med uventede muligheter for publikumsaktivitet i utstillingene sine. Og i følge de ansatte vil de aldri kunne gå tilbake til en passiv vaktrolle igjen, men fortsette med sin oppsøkende formidling, det har oppstått en forandring i arbeidskulturen som ikke vil tilbakestilles. Den helt stille og didaktiske utstillingsformen er nå en tilbakelagt fase, men for å ikke støte vekk dem som er ute etter en tradisjonell museumstur vil de også ta hensyn til dem.

¹³⁰ Brenna, Brita : "Hva gjør museologi?" i Nordisk museologi , 2009. nr.1. s 71-72

¹³¹ <http://www.thisiscornwall.co.uk/Award-Cornwall-s-Wildworks/story-11459278-detail/story.html> (opp søkt 10.12.12)

The Enchanted Palace og motemuseologi

Sett opp mot motemuseologiens ønsker om et reflekterende museum som er kritisk til sine egne praksiser, er det flere interessante sider ved *the Enchanted Palace*. Vi har sett at utstillingen utfordret kraftig forventningene som Kensingtons Palace sine faste museumsbesøkende hadde. I tillegg måtte også de ansatte endre holdning til sitt arbeid og sine arbeidspraksiser. Den tradisjonelle utstillingen med et lineært oppsett og en autoritær fortellerstemme, ble erstattet av en løs og ledig utstillingsform der publikum fortalte historien selv via sine egne følelser og assosiasjoner, og måtte tolke sporene i utstillingen selv. Istedenfor å fokusere på konkrete fakta, ble det noe så uspesifisert som følelser og personlige historier som ble vektlagt. Dette kan sees i sammenheng med det selvkritiske museet som anerkjenner at man ikke kan fremstille den ene og rene sannhet, og være ærlig om dette for sine besøkende også.

Dette skrider litt mot forestillingen av forestillingen om museet som en kunnskapsinstitusjon. Samtidig, var det lagt opp til å lære noe i utstillingen, det var ikke ment som et besøk i en fornøylespark. Vi skulle lære hvilke syv prinsesser utstillingen omhandlet, noe konkret av hva de har opplevd i Kensington Palace og samtidig få en mulighet til å føle en liten del av hva prinsessene selv muligens har følt.

Dette kan kobles videre til det åpenbare, en av de tre tidligere nevnte aspektene Melchior har sagt er viktig for moteutstillingenes popularitet.¹³² I dette ligger det at en stor fordel ved moteutstillinger er at betrakterne ikke må ha så mye forkunnskap i historie, kulturhistorie eller kunsthistorie for å forstå en utstilling, siden klær er noe vi alle har kjennskap til uansett om vi er interessert i det eller ikke. I *the Enchanted Palace* bruker man moteplaggene som de viktigste formidlerne av prinsessene, og det er altså følelsene til prinsessene vi forhåpentligvis skal lære av akkurat dette.. Selv om man ikke kan forvente at alle betrakterne skal føle det samme, så er heller ikke følelser noe man må lese seg opp på for å få noe ut av.

Melchior ser moteutstillingene i sammenheng med den nye museologien som også ønsket å nå ut til bredere lag av samfunnet. I denne utstillingen fikk museet og kuratorene engasjert lokalmiljøet som bidro til å lage utstillingen, om det så var via strikking eller andre gjøremål.

¹³² Melchior, Svensson, *Fashion and Museums – theory and practice*, 5

Dette førte til at flere i lokalsamfunnet følte et eierskap til utstillingen, og de fikk andre typer besøkende enn de tidligere besøksgruppene.

Siden dette var en utstilling med et annet tema enn mote, var det heller ikke noen refleksjoner rundt motebransjen eller moteplagg. Spørsmålet må derfor stilles: er dette egentlig en moteutstilling? *The Enchanted Palace* er ikke som de store moteutstillingene slik som dem man finner på The Metropolitan eller V&A, og som Melchior henviser ofte til. Men derimot er dette en utstilling der de bruker moteplagg fra store motenavn for å formidle en ny historie som ikke har blitt fortalt før i Kensington Palace. Prinsessene er midtpunktet og moteplaggene er prinsessenes manifestasjon. Dette mener jeg viser godt utbredelsen av moteplaggens popularitet i museer, når man velger å bruke dem som historiefortellere. I en motemuseologisk selvkritisk og reflekterende tankerekke, kan også *the Enchanted Palace* sees som en utstilling som reflekterer rundt hva en moteutstilling er.

De kjente navnene til designerne ble i tillegg brukt mye i markedsføringen av utstillingen, og i de fleste presseomtaler og bloggartikler jeg har funnet er det disse motenavnene som blir trukket mest frem. Store britiske aviser og magasiner fokuserte alle på moten mer enn prinsessenes liv i sine omtaler. Motejournalist Valerie Stones overskift og ingress i the Guardian: “*The Enchanted Palace makes art of fashion - The Enchanted Palace takeover of Kensington's Royal residence – ghostly, ethereal and layered with subtext – helps fashion finally hold its own with art and theatre*”, er et godt eksempel på dette.¹³³¹³⁴

I *the Enchanted Palace* var det kun et fåtall av objektene som kom fra samlingen til HRP selv. Dette er egentlig ikke så merkelig siden bygget var under oppussing og originalobjektene måtte beskyttes. Men dette er også i tråd med Melchors funn der i moteutstillinger er det hovedsakelig innlånte plagg, slik at ICOM's retningslinjer for hvordan tekstil skal behandles ikke lenger må følges. Da jeg var i *the Enchanted Palace* som besøkende var ikke dette noe jeg reflekterte over, men nå i ettertid ser jeg hvordan dette viste seg i utstillingsdesignet. De nydesignede

¹³³ Valerie Stone i the Guardian: <http://www.theguardian.com/artanddesign/2010/apr/02/enchanted-palace-art-kensington> (oppsøkt 20.04.15)

¹³⁴ Andre eksempler: the Telegraph: <http://fashion.telegraph.co.uk/article/TMG7521458/Enchanted-Palace-exhibition-opens-at-Kensington-Palace.html> Britiske Vogue: <http://www.vogue.co.uk/news/2010/01/14/kensington-palace-exhibition>

moteplaggene stod ubeskyttet ute i utstillingene, mens de få kjolene fra den kongelige kjolesamling stod beskyttet inne i glassmontre, i dempet belysning.¹³⁵



Figur 5 Dianas kjoler trygt innkapslet

¹³⁵ Bildeserie fra utstillingen i the Telegraph, <http://www.telegraph.co.uk/news/7521292/The-Enchanted-Palace-exhibition-at-Kensington-Palace.html> (oppsøkt 20.05.15)

The First Ten Years Designer Collaborations H&M 2004-2014

“Art is art. Fashion is fashion. However, Andy Warhol proved that they can exist together.” Karl Lagerfeld, 2008¹³⁶

Denne utstillingen er et samarbeid mellom Nordenfjeldske Kunstindustrimuseum i Trondheim, H&M og Stenersenmuseet.¹³⁷ Utstillingen ble satt opp for en helg på Stenersenmuseet, og for en lengre periode på Nordenfjeldske Kunstindustrimuseum (26. oktober 2014 – 11. januar 2015).¹³⁸ Som nevnt i et tidligere kapittel er dette en utstilling jeg ikke har sett selv, siden den bare varte i en helg.

Ved første øyekast virker dette som en helt uproblematisk utstilling. Dette er en retrospektiv utstilling der de ni tidligere års designsamarbeid fremvises, samt en snikktitt på årets nye kolleksjon med Alexander Wang.

Designersamarbeidene fra H&M gjennom 10 år:

2004: Karl Lagerfeld

2005: Stella McCartney 2006: Viktor & Rolf

2007: Roberto Cavalli 2008: Comme des Garçons

2009: Matthew Williamson 2009: Jimmy Choo

2010: Sonia Rykiel

2010: Lanvin

2011: Versace

2012: Marni

2012: Maison Martin Margiela

2013: Isabel Marant

2014: Alexander Wang¹³⁹

¹³⁶ http://www.nytimes.com/2008/07/24/arts/design/24zaha.html?_r=0

¹³⁷ Nettsidene til motemagasinet Costume, http://costume.no/article/187184-hm-med-unik-moteutstilling-pa-stenersenmuseet?utm_medium=tag&utm_source=costume.no (oppsøkt 07.11.14)

¹³⁸ http://www.nkim.no/utstillinger_og_aktuelt (oppsøkt 07.11.14)

¹³⁹ <http://www.aftenposten.no/kultur/Kjedeklar-pa-kunstmuseum-7730344.html> (oppsøkt 10.11.14)

Som besøkende ville jeg nok i utgangspunktet synes dette var en morsom utstilling og se, for på det personlige plan er jeg både glad og interessert i klær og design. Men skal jeg se på dette via det jeg nå har lært om motemuseologi, dukker det plutselig opp enkelte elementer som ikke samsvarer helt med et kritisk og reflekterende museum. Jeg har ikke sett utstillingen selv, så det er kun uttalelser i media, pressedekke og sosiale medier jeg har som grunnlag for å uttale meg.

Skal vi følge motemuseologiens krav om et kritisk og reflekterende museum, er det flere ting vi kan sette fingeren på her. I utgangspunktet ligger forholdene til rette for at dette kunne blitt en utstilling med et innhold som oppfyller disse målene. Hennes & Mauritz har selv sagt om sine designsamarbeid som «en gjennomgripende demokratisering av motefeltet»¹⁴⁰. En mulig innfallsvinkel kunne vært å ta tak i ordet «demokrati» her, og laget en utstilling i relasjon med dette begrepet. Demokrati - for hvem? Demokratisering av motefeltet for den hvite, vestlige middelklasse, som endelig kan kjøpe eksklusive luksusvarer til rimelige priser? Men hva med de som syr klærne våre? Gjelder demokratiseringen for dem også?

Nordenfjeldske Kunstindustrimuseum begynte å samle på designplaggene til Hennes og Mauritz i 2004. Etter hvert involverte H&M seg, og fulgte opp slik at museet fikk flere plagg. «Det er morsomt at vi har et arkiv, og det blir spennende å vise det frem», sier Fjeld¹⁴¹.

Dette er egentlig et godt poeng. For slik Melchior påpeker, har det vist seg at mange av de store moteutstillingene ikke fremviser plagg som finnes i museets samling, og enkelte museer har også nedprioritert å samle moteplagg selv, men viser bare frem lånte plagg.¹⁴² Dette er en viktig årsak til at moteutstillinger har fått et rykte på seg for å være ekstravagante og spektakulære i sine utstillingsdesign. Når museet ikke trenger å tenke på skader på design og tekstil etter ICOM's internasjonale regler, blir utstillingene med innlånte klær av den grunn mer vågale. Riktignok er dette plagg Nordenfjeldske ditt magasin, og ikke Stenersenmuseet sitt. Men det er uansett basert på en museumssamling, og ikke innlånte plagg fra kommersielle institusjoner eller privatpersoner.

¹⁴⁰ <http://www.aftenposten.no/kultur/Kjedeklar-pa-kunstmuseum-7730344.html> (oppsøkt 10.11.14)

¹⁴¹ <http://www.osloby.no/oslopuls/I-helgen-er-HM-pa-museum-7739266.html> (oppsøkt 10.11.14)

¹⁴² Melchior, Fashion. Exploring Critical Issues: Fashion Museology: Identifying and Contesting Fashion in Museums, Mansfield College, Oxford, 2011, 5

På nettsidene til Nordenfjeldske Kunstindustrimuseum står det om denne utstillingen:

«Vi er alene i verden om å ha samlet antrekk fra alle designersamarbeidene, og ønsker sammen med H&M velkommen til den retrospektive (og dagsaktuelle, med en forhåndstitt på årets designersamarbeid) moteutstillingen!»¹⁴³ Dette relaterer seg tydelig til «det nye», ett av de tre aspektene ved moteutstillinger Melchior har funnet som virker ekstra tiltrekkende for museer. I aspektet ”det nye”, mener Melchior å se at museer bruker moteplagg som en enkel måte å virke relevant på.¹⁴⁴ Spørsmålet er om det å være relevant vil si å fremvise ny mote fordi det er gøy å vise frem samlingen sin og reklamere for nye salgsvarer, eller sette opp moteutstillinger der aktuelle temaer fra vår egen samtid tas opp med et kritisk blikk på motebransjen eller museet som institusjon.

To andre viktige punkter er synlighet og popularitet. Melchior hevder at moteutstillinger er mye mer synlige i sosiale medier, så jeg bestemte meg for å foreta en liten, uformell test på dette på bildedeletjenesten Instagram. For å ha et sammenligningsgrunnlag søker jeg etter treff på H&M-utstillingen og hovedutstillingen til Stenersenmuseet som stod samtidig, *Gjennom naturen - En røff guide*.

Jeg søkte på emneknaggen #Stenersenmuseet, og fant ut følgende:

The First Ten Years Designer Collaborations H&M 2004-2014

- Denne utstillingen stod i 2 dager.
- Fant 58 bildetreff med emneknaggen Stenersenmuseet.

Gjennom naturen - En røff guide.

- Har stått siden 29.08.14. (105 dager, i skrivende stund)
- Fant 10 bilder med emneknaggen Stenersenmuseet.

For akkurat denne sammenligningen av disse to utstillingene ser vi en klar større interesse blant brukere som bruker sosiale medier for moteutstillingen, enn kunstutstillingen. Dette kan selvsagt ikke brukes til å konkludere med noe generelt, men det er morsomt å se at synlighet i sosiale medier gjelder for akkurat denne utstillingen.

¹⁴³ http://www.nkim.no/utstillinger_og_aktuelt (oppsøkt 10.11.14)

¹⁴⁴ Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice, 12

Jeg forsøkte å få mer informasjon fra Stenersenmuseet via e-post, men fikk som svar at de hadde stilte lokalene sine til disposisjon, og at det var en ansatt på Munch-museet som hadde mest med denne utstillingen å gjøre.¹⁴⁵ Stenersenmuseet har altså ikke vært så veldig involvert i denne utstillingen, en utstilling som jeg for øvrig heller ikke finner noen spor av på Stenersenmuseets oversikt over tidligere utstillinger.¹⁴⁶



Figur 6 reklameplakat

¹⁴⁵ Personlig korrespondanse med Stenersenmuseet, 11.02.15.

¹⁴⁶ <http://www.stenersenmuseet.no/Utstillinger/Tidligere-utstillinger> (oppsøkt 10.11.14)

Mote – en kunstform?

Stenersenmuseet er et kunstmuseum, som ikke har satt opp moteutstillinger før, skal vi tro utstillingsoversikten på nettsiden til museet.¹⁴⁷ Gitte Skilbred, kommunikasjonsdirektør ved Stenersenmuseet, uttalte til motemagasinet Costume: "Vi synes det er spennende å bringe dette prosjektet til Stenersenmuseet. Det er uventet for noen at vi gjør dette, men mote og design er også en kunstform. Vi gleder oss veldig til å ønske publikum velkommen inn til en annerledes kunstutstilling".¹⁴⁸

«Mote og design er også en kunstform», ser vi kommunikasjonsdirektør ved Stenersenmuseet hevde her. Denne dammenligningen av mote og design med kunst, er noe som fremdeles debatteres. Dette er en kompleks debatt som kunne vært utgangspunktet for en reflekterende moteutstilling med et selvkritisk innhold. Det er jo litt vittig at en av designerne representert i Hennes og Mauritz- utstillingen, Karl Lagerfeld, selv nekter for at mote er kunst og mener samtidig at mote ikke har noe å gjøre i museer.¹⁴⁹ Andre anerkjente designere og motehus som er meningsfeller til Lagerfeld er Prada, Marc Jacobs, Comme des Garçons Rei Kawakubo, Coco Chanel, samt Harper's Bazaars redaktør Glenda Bailey.¹⁵⁰ Motehistoriker og direktør ved Museum at the Fashion Institute of Technology, New York, Valerie Steele, uttalte til ARTINFO: A lot of fashion designers deny that fashion is art. Then that would make that very difficult for other people to announce that it is when you've got people at the caliber of Karl Lagerfeld and Miuccia Prada and Rei Kawakubo saying, 'no it's not art.'"¹⁵¹

Samtidig finnes det mange eksempler der kunstnere har jobbet med motehus eller magasiner, noe som har bidratt til å utviske linjene mellom mote og kunst. Noen kjente eksempler på dette er Cindy Shermans samarbeid med Vogue in 1984 og Harper's Bazaar in 1993¹⁵², Takashi

¹⁴⁷ <http://www.stenersenmuseet.no/Utstillinger/Tidligere-utstillinger> (oppsøkt 10.11.14)

¹⁴⁸ http://costume.no/article/187184-hm-med-unik-moteutstilling-pa-stenersenmuseet?utm_medium=tag&utm_source=costume.no (oppsøkt 10.11.14)

¹⁴⁹ <http://www.blouinartinfo.com/news/story/805583/is-fashion-art-karl-lagerfeld-puts-the-debate-back-into-the#> (oppsøkt 10.11.14)

¹⁵⁰ <http://www.blouinartinfo.com/news/story/805583/is-fashion-art-karl-lagerfeld-puts-the-debate-back-into-the#> (oppsøkt 10.11.14)

¹⁵¹ <http://www.blouinartinfo.com/news/story/805583/is-fashion-art-karl-lagerfeld-puts-the-debate-back-into-the> (oppsøkt 10.11.14)

¹⁵² http://www.moma.org/collection/object.php?object_id=49125 (oppsøkt 11.11.14)

Murakami, som puttet sine karakteristiske smilende blomster på Louis Vuitton-vesker i 2003¹⁵³, Elmgreen & Dragset sin forseglede Pradabutikk Prada Marfa i 2005¹⁵⁴ eller den berømmelige hummerkjolen som var designet av Elsa Schiaparelli, i samarbeid med Salvador Dalí i 1937¹⁵⁵.

Det finnes mange likhetstrekk mellom en motedesigner og en kunstner. De bruker begge sin kreativitet for å skape et fysisk produkt som skal uttrykke noe. Men som moteteoretiker José Teunissen poengterer, kan det virke som enkelte designere og motehus bruker den høykulturelle statusen til et museum bevisst i en markedsføringsstrategi.¹⁵⁶ For når alt kommer til alt, er moteplaggene laget med tanke på salg til konsumenter. Og dette er det vanligste argumentet mot å sammenstille mote og kunst. Mote har opp gjennom historien blitt ansett og avvist som noe overfladisk og materielt, mens kunst har blitt opphøyet og ansett som noe åndelig både i form og det kreative utgangspunkt.¹⁵⁷ Selv om motedesign har en kreativ prosess som grunnlag, akkurat som kunst, så er mote sesongbetont, åpenbart kommersielt og det mest vesentlige – innehar en praktisk funksjon. Kunst defineres som mye, men blir sjeldent beskrevet som noe praktisk, ideen er heller at kunst er til for kunstens skyld.¹⁵⁸ De som mener mote er kunst, ser at begge tilhører den samme visuelle kulturen som inneholder form, farge og tekstur. Og som kunst, kan mote også være konseptuelt.¹⁵⁹ Tekstil og mote-professor Linda Welters mener at uansett hvilket standpunkt man har på dette, så er det et klart forhold mellom kunst og mote. Men det betyr nødvendigvis ikke at motedesign er kunst.¹⁶⁰

I følge moteteorietiker Ingrid Loschek burde hverken haute couture (high fashion) eller prêt-à-porter (ready-to-wear), bli ansett som kunst. For henne demonstrerer haute couture det ypperste innen håndverk, mens prêt-à-porter mote er den industrialiserte versjonen av haute couture. Siden haute couture-plagg består av de beste materialene og er kreert av de fremste håndverkere, ser hun på dette mer som luksusvarer og ikke nødvendigvis kunst.¹⁶¹ Men dersom moteplaggene

¹⁵³ <http://www.blouinartinfo.com/news/story/805583/is-fashion-art-karl-lagerfeld-puts-the-debate-back-into-the> (oppsøkt 11.11.14)

¹⁵⁴ <http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9A07E5DA1230F93AA1575AC0A9639C8B63> (oppsøkt 11.11.14)

¹⁵⁵ <http://www.philamuseum.org/collections/permanent/65327.html> (oppsøkt 11.11.14)

¹⁵⁶ Teunissen: Understanding fashion through the museum, 33, Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice. 42.

¹⁵⁷ Steele, Geczy & Karaminas, *Fashion as art*. New York: Bloomsbury, 2012, 13.

¹⁵⁸ Welters, Linda, *The Fashion Reader*, Second Edition Paperback. New York: Bloomsbury, 2011, 365

¹⁵⁹ Steele, Geczy & Karaminas, *Fashion as art*. New York: Bloomsbury, 2012, 13

¹⁶⁰ Welters, *The Fashion Reader*, 365

¹⁶¹ Loschek, *When Clothes Become Fashion: Design and Innovation Systems*, 171

ikke er designet som en vare, men for å få frem en kunstnerisk, ideologisk visjon, er det vanskelig å skille dette fra brukskunst, sier Loschek. For henne må altså moteplagget bryte med sitt opphav som handelsvare, for å kunne bli ansett som brukskunst¹⁶²

I utstillingen på Stenersenmuseet finner vi hverken haute couture eller moteplagg som frigjør seg fra sin status som handelsvare, snarere tvert imot. Men det er heller ingenting som tilsier at det må være haute couture som er utstilt i en moteutstilling. Skal vi følge Loschek tankegang om når moteplagg kan defineres som kunst, bryter dette med Stenersenmuseets tidligere nevnte uttalelse om at «mote og design er også en kunstform». For alle moteplaggene vi ser utstilt er alle handelsvarer, og i tillegg ble utstillingen ble satt opp i forbindelse med lanseringen av en ny kolleksjon for Hennes & Mauritz. Dette stemmer heller ikke helt med tanken om museet som en ikke-kommersiell institusjon, selv om det ikke er museet selv som selger plaggene.

Nå har jeg så vidt skissert konturene av debatten rundt moteplagg som en kunstform, og jeg finner det er problematisk for en kunnskapsinstitusjon som et museum å hevde at mote er en kunstform, slik Stenersenmuseet har gått ut med, uten å problematisere påstanden ytterligere selv.

The First Ten Years Designer Collaborations H&M og Motemuseologi

The First Ten Years Designer Collaborations H&M 2004-2014, er et samarbeid mellom Nordenfjeldske Kunstindustrimuseum i Trondheim, H&M og Stenersenmuseet, og er en retrospektiv utstilling der de ni tidligere års designsamarbeid fremvises, samt en snikktitt på årets nye kolleksjon med Alexander Wang.¹⁶³

Ut ifra mine tilgjengelige kilder, virker denne utstillingen på Stenersenmuseet ikke helt gjennomtenkt, fra et motemuseologisk perspektiv. Jeg finner ingen spor av refleksjon eller selvkritikk her, verken fra museets side eller i utstillingens innhold. Det er ingen som har stilt spørsmål ved om det er greit med en Hennes & Mauritz-utstilling som reklamerer for sin kommende kolleksjon i et museum. For en kunnskapsinstitusjons med stor definisjonsmakt,

¹⁶² Ibid, 171.

¹⁶³ Nettsidene til motemagasinet Costume, http://costume.no/article/187184-hm-med-unik-moteutstilling-pa-stenersenmuseet?utm_medium=tag&utm_source=costume.no (oppsøkt 07.11.14)

burde man kunne forvente en mer dyptgående utstilling enn «kom og se ti år med klær fra Hennes og Mauritz sine ulike designsamarbeid», for «mote er også kunst»¹⁶⁴. Man kunne tatt noen grep for å gjøre utstillingens tema mer selvkritisk og reflekterende, i tråd med motemuseologiens forventninger. Dette kunne eksempelvis vært en ypperlig anledning til å gå inn i den store, pågående diskusjonen om kunst faktisk er mote, siden de har designere representert i utstillingen som ikke mener dette er tilfelle, og det faktum at Stenersenmuseet er et kunstmuseum, ikke et designmuseum.



Figur 7 - Reklameplakat for utstillingen

Jeg mener denne utstillingen passer inn med det Melchior har skrevet om den byttehandelen som foregår når moteplagg stilles ut i et museum. Motehuset eller motedesigneren får knyttet til seg den høykulturelle kapitalen som museet har, mens museet får presentert seg selv som en dynamisk institusjon som også er engasjert i de «vanlige» interessene i samfunnet, som konsumer-og-kjendiskultur.¹⁶⁵ Dette kan knyttes opp mot «Det det nye, det åpenbare og det populære».¹⁶⁶ Nordenfjeldske beskrev på sine nettsider denne utstillingen som dagsaktuell, siden

¹⁶⁴ http://costume.no/article/187184-hm-med-unik-moteutstilling-pa-stenersenmuseet?utm_medium=tag&utm_source=costume.no (oppsøkt 10.11.14)

¹⁶⁵ Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice, 3

¹⁶⁶ Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice, 2

den også viser frem en ny kolleksjon med salgsvare. ¹⁶⁷ «Det nye» er noe som er karakteristisk ved vår egen tid, og for et museum som har en samling av eldre ting er moteutstillinger en enkel og effektiv måte å få inn dette «nye» inn i museet på. Museer ønsker å fremstå som relevant og appellerende til sitt eget samfunn også. ¹⁶⁸ Det er ingen tvil om at moteutstillinger er appellerende, og på Stenersenmuseet kom det andre typer besøkende enn den vanlige gruppen. Og dette er en viktig del av vår tids museum, slik Stortingsmelding nr. 49: Framtidas museum påpeker: De skal være tilgjengelige for alle og være relevante og aktuelle samfunnsinstitusjoner som fremmer kritisk refleksjon og skapende innsikt. En aktiv formidling er derfor viktig både i et demokratiperspektiv og i et allment kulturperspektiv. Dette krever aktiv tilrettelegging og ulike strategier for å nå forskjellige målgrupper. ¹⁶⁹ Men det står også: "Museene skal gi både kunnskap og opplevelse. Det innebærer også at formidlingen må være kritisk og nyskapende både når det gjelder tematikk og virkemidler." ¹⁷⁰

Derimot er utstillingen basert på Nordenfjeldskes egen samling, noe som er uvanlig i moteutstillingene i følge Melchior. Siden jeg ikke har sett utstillingen selv, vet jeg ikke om oppsettet av utstillingen har vært preget av dette.

¹⁶⁷ http://www.nkim.no/utstillinger_og_aktuelt (oppsøkt 10.11.14)

¹⁶⁸ Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice, 12

¹⁶⁹ Det kongelige kulturdepartement: Stortingsmelding nr. 49: Framtidas museum, (2008-2009), 102.

¹⁷⁰ Det kongelige kulturdepartement: Stortingsmelding nr. 49: Framtidas museum, (2008-2009), 102.

Fashion Innovation 2

Da jeg besøkte Röhsska Museum i Göteborg i 2013, var det hele tre moteutstillinger i museet samtidig, og alle var ulike i sin tilnærming og bruk av moteplagg i utstillingen. To av utstillingene¹⁷¹ hadde moteplagg som en del av en større tematikk, og var iblandet andre relevante designobjekter som passet til utstillingens tenkte innhold. Den siste utstillingen var en ren moteutstilling der det kun var moteplagg presentert, men likevel med et annerledes tema enn det jeg har sett hos andre rene moteutstillinger.

Denne utstillingen het *Fashion Innovation 2*, og stod fra 02.04.2013 - 05.05.2013. Utstillingen var et samarbeidsprosjekt mellom Beckmans Designhøgskole og Nobelmuseet, og bestod av seks designplagg som hver skulle representere en av de utdelte Nobelprisene i fysikk, kjemi, medisin, litteratur og økonomi fra 2012. Tanken var at i selve designplagget kunne man se hva det var prisvinnerne fikk sin pris for, noe som gjorde at studentene måtte sette seg inn i et fremmed tema og fortolke det inn i sitt eget, kjente formspråk. På denne måten utforsket de nærmere det som designere og forskere må ha til felles for å være vellykket i sitt arbeid, nemlig kreativitet. Dette var også et forsøk på å leke med begrepet mote, og prøve å lage klær som absolutt er et produkt av sin egen tid. Nå som moten har blitt så eklektisk og selvrefererende, hvordan er det mulig å lage moteplagg som utvilsomt er forankret i sin egen samtid? Her skapes et forsøk ved å integrere det nyeste, viktigste og mest fremtidsrettete innen viktige forsknings og kulturfelt inn i designplaggene¹⁷²

Utstillingslokalet bestod av et stort, hvitt rom, som egentlig virket litt for digert for selve utstillingen. De anonyme, hvite utstillingsdukkene stod samlet innerst i et hjørne plassert opp på pedestaller av ulike høyder. Det var sperret av for å gå mellom pedestallene, noe som førte til at de bakerste figurene fikk jeg ikke sett så godt som ønskelig. Det hjørnet utstillingsdukkene var plassert i, var rett ved trappen man kom inn i utstillingen til, fra en annen utstilling i museet. Alle dukkene stod med ryggen til denne trappen, og vendt mot døren som virket som utgangsdøren. Denne døren kunne også brukes som inngangsdør, men ikke som et naturlig valg. Jeg fikk

¹⁷¹ Utstillingenes navn: *On Design* og *Vi lever alla med hiv*.

¹⁷² Röhsskas nettside: <http://rohsska.se/utställningar/tidigare/2563/> (oppsøkt 07.10.14)

egentlig følelsen av at jeg kom feil vei inn i utstillingen, og dette sammen med den utilgjengelige plasseringen av dukkene i det store rommet, gjorde at hele utstillingen hadde et utilgjengelig preg over seg. Jeg stod og undret på om dette var et kuratorisk grep, som kanskje skulle speile hvor utilgjengelig haute couture kan virke for de fleste, og hvor forvirrende det meste av forskning og kultur på et høyt nivå også kan være. De knallhvite veggene, hvite pidestallene, hvite dukkene, gjorde at alt virket så kaldt og sterilt, veldig langt fra det kreative aspektet som de ville utforske. Og hvorfor var alle plaggene i sort og hvitt? Dersom dette var et pålegg fra noens side, var det ikke opplyst noe sted. Men hva med plaggene i seg selv?



Figur 8 - Første inntrykk

Uten hjelpemidler, ville jeg nok aldri forstått hvilken Nobelpris de seks kreasjonene skulle forestille – eller for hva prisen ble utdelt for. Heldigvis, var det ved hver pidestall en informativ tekst der jeg fikk vite designeren, prisvinnerne for hvilken pris, og hvilke elementer av prisens utdelingsgrunn man kunne se i klærne. Dette var meget effektivt, for min del. Plutselig så jeg koblingene!

Et eksempel er kjolen som representerer prisen for økonomisk vitenskap. Kjolen består av en blanding av sort stoff i ulike materialer og en kobberkonstruksjon med formen til et fyldig skjørt.



Figur 6 - Fra utstillingen



Figur 7 - Fra museets nettside

Designerne bak dette plagget, Patrick Janson Guggenberger og Julia Åsberg, skrev følgende om sin kreasjon:

«Nobelprisen for økonomisk vitenskap ble utdelt til Alvin E. Roth og Lloyd S. Shapley, for teorien om stabile allokeringer og for utforming av markedsinstitusjoner i praksis. Stabilitet er avgjørende for at ulike parter skal passe sammen. For å illustrere viktigheten av å finne stabilitet i et kaotisk miljø, har vi laget en kobberkonstruksjon som tjener som utgangspunktet for vår kreasjon. Dette kobberskjelettet er det stabile grunnlaget der den ustabile uorden kan både hvile på og bli omsluttet av.»¹⁷³

Skal jeg fortolke dette videre inn i designkjolen, ser jeg de ulike sorte stoffene som en representasjon av de ulike partene som skal passe sammen. De forskjellige stoffene, som både er gjennomsliktig og heldekkende, er satt sammen slik at helhetsinntrykket er harmonisk og rettlinjet. Ser man nøyere på kreasjonen, legger man merke til de små ulikhetene som kan representere kaos og uorden, som selve mønsteret på stoffet, den store rosetten på venstre skulder eller det disharmoniske designet der kjolens topp er i heldekkende, tykt stoff med mønstertrykk og rosett, og kjolens skjørt er sart, enkelt og rettlinjet. Grunnen til at dette likevel ikke virker veldig topptungt, er nok den tunge kobberkonstruksjonen som er den utløsende faktoren for et likevektig helhetsinntrykk. På denne måten inkorporeres teorien til Roth og Hapley inn i designet til Guggenberger og Åsberg. Det kaotiske elementet burde muligens vært enda mer fremhevet for å få frem den økonomiske teoriens poeng, det blir kanskje litt for rent og pyntelig ellers.

¹⁷³ Plansje i utstillingen.

Et annet eksempel er kjolen som representerer Nobelprisen i kjemi:



Figur 8 og 9 - Fra utstillingen. Jeg kommer ikke nærmere designplagget enn dette!

Annika Lunneskog og Marika Ekblad står bak designet til kjolen og dette var deres ord om kreasjonen:

”Nobelprisen for kjemi 2012 ble utdelt til Robert J. Leftkowitz og Brian K. Kobilka for deres studier av G-protein-koblede reseptorer. Når en person blir redd, blir nervesignaler sendt gjennom kroppen og adrenalin blir frigjort for å hjelpe kroppen til å reagere hurtig og unnslippe faren raskere. Vi har studert hvordan frykt og ubehag kan bli omgjort visuelt ved å fokusere på følelsen av å bli kvalt eller innestengt. Den gjennomsluktige og innhyllede formen til kjolen er inspirert av en kokong.”

Denne designkjolen består av et ensfarget, hvitt stoff som er satt sammen i et design uten mange andre elementer. Kjolen er sid og folder seg i en liten bylt ved føttenes fremside. Ermene er lange, og vi legger merke til et tungt halsskjede, som også ser ut til å være laget av stoff. Det mest

oppsiktsvekkende er nok halslinningen – eller mangelen av det. Kjolen har ikke noen åpning for hodet, den er heldekkende også her, mer dekkende enn en burka.



Figur 9. Fra museets hjemmeside. Modellens ansikt skimtes så vidt gjennom stoffet.

Her mener jeg designerne har tatt seg litt store friheter i fortolkningen sin av nobelprisens grunnlag. Jeg får inntrykk av at de ikke har forstått studien av G-protein-koblede reseptorer godt nok, og har derfor heller fokusert på en generell oppfatning av frykt som ikke har en åpenbar sammenheng med grunnlaget for nobelprisen. Jeg ser kokongen både som er et symbol for forandringene i kroppen når adrenalinet blir frigjort, og følelsen av å være kvalt. Men for meg virker det som om hovedfokuset er på følelsen av å være innestengt, og ikke på Leftkowitz og Kobilka sine faktiske studier. Jeg savner en videre forklaring på hvorfor de har fokusert på redselen for å være kvalt og innestengt. Utstillingsdukkene som ble brukt i denne utstillingen talte ikke til dette designets fordel. Siden kjolen er hvit og dukkene er hvite, legger jeg dessverre ikke merke til at hodet også er innkapslet i hvitt stoff. Det har nok også noe med kjolens plassering bak de andre, slik at jeg ikke får komme nær nok til å se skikkelig på den.

Som en (typisk nordmann) som egentlig bare får med seg hvem som vinner Nobelprisen for fred, var det første gangen jeg faktisk leste om og interesserte meg for de andre prisene. Det var rett og

slett gøy å lese om de Nobelprisene og se hvilke elementer fra dette jeg kunne se i plagget, og deretter bedømme for meg selv om det var vellykket eller ikke.

Fashion Innovation 2 og motemuseologi

I *Fashion Innovation 2* ville man prøve å lage klær for sin egen samtid, samtidig som de ville formidle noe via klærne sine. Selv om dette er eleverarbeider av ikke ferdig utdannede klesdesignere og kanskje ikke oppsettet av utstillingen var den beste, oppfyller utstillingen noe av det motemuseologien etterspør.

Temaet for utstillingen reflekterer over hva som egentlig er mote for vår tid, når moten i dag virker så eklektisk og selvrefererende. Loscheck mener at noe av grunnen til det er så vanskelig å definere moteplagg, er at det har ulike kvaliteter ettersom vi ser det innenfra eller utenfra. Mote har for henne både med de indre menneskelige, kreative prosesser å gjøre, men også som en del av det ytre samfunnet med alt det innebærer sosialt, estetisk og kulturelt.¹⁷⁴ I *Fashion Innovation 2*, kan det virke som om både det ytre og indre aspektet er representert. Noe av det som skulle utforskes her var det som var likt for designere og forskere – den indre kreative prosess. Samtidig skulle den være en manifestasjon av dagen samtid – som en del av det ytre samfunn, selv om det ikke ble satt inn i en bredere kontekst enn det samtidsaktuelle. Denne utstillingen utforsker altså hva mote er, i tråd med det reflekterende museum som motemuseologien etterspør.

For museet som en kunnskapsinstitusjon passer denne utstillingen også godt inn. Rhösska Museum har tatt moteutstillingen på alvor og har valgt et tema der vi som betraktere også lærer noe utover akkurat det vi ser. Dette er en utstilling som presenterer prisvinnende forskningsresultater formidlet gjennom selvreflekterende moteplagg, og viser at det finnes et stort potensial liggende latent i mange moteutstillinger for hvordan moteplagg kan brukes som formidlere. Det finnes i Norge også et stort politisk ønske om museer som er dagsaktuelle, kunnskapsbaserte og som tenker nytt i søken etter å nå ut til flest mulige besøksgrupper.^{175 176}

Hvordan forholder *Fashion Innovation 2* seg til det ”nye, det åpenbare og det populære”? Selv om dette er en utstilling om Nobelpriser trenger man lite forkunnskaper i realfag, økonomi og

¹⁷⁴ Loscheck, *When Clothes Become Fashion: Design and Innovation Systems*, 7

¹⁷⁵ Det kongelige kulturdepartement: Stortingsmelding nr. 48: Kulturpolitikk fram mot 2014, (2002-2003). 178.

¹⁷⁶ Det kongelige kulturdepartement: Stortingsmelding nr. 49: Framtidas museum, (2008-2009), 145

kunst for å få noe ut av dette. Men her vil jeg nesten si på tross av, enn på grunn av, moteplaggene. Melchior sier at klær er noe vi ikke trenger forkunnskaper for å forstå, og det er en av grunnene til moteutstillingenes popularitet. Men her er så mye av formidlingen basert på designet til plaggene, og det er vanskelig å få til et uttrykk som alle tolker likt,¹⁷⁷ selv med en forklarende tilleggstekst ved hvert utstilte plagg.

¹⁷⁷ ¹⁷⁷ Lars Fr. H. Svendsen, *Mote – et filosofisk essay*, Universitetsforlaget, 2004, 74

Kapittel 5. Refleksjon rundt moteutstillinger og museet som kunnskapsinstitusjon

Motemuseologi handler om selve hensikten til museet selv, hvordan det kan bli relevant for mennesker og samfunnet, hvordan nå ut til de som ikke pleier å gå på museer. En av de viktigste hensiktene til museet er museet som skal virke som en kunnskapsinstitusjon.¹⁷⁸¹⁷⁹¹⁸⁰¹⁸¹

Den nye museologiens mål om et museum som reflekterer vår kulturarv og mangfoldige kultur har moteutstillingene ikke bidratt noe til, bortsett fra i noen sjeldne tilfeller, mener Melchior.¹⁸²

Hun mener at målet for motemuseologien fremover burde være å skape utstillinger med mer kritisk refleksjon. Det ligger et stort potensial latent i moteutstillingene, siden de tiltrekker nye og store besøksgrupper. Men hvordan museer bruker denne muligheten til å vise seg selv som en selvkritisk og reflekterende institusjon for nye målgrupper, er det fremdeles store forbedringsmuligheter, i følge henne. Noe jeg savner med Melchiors motemuseologi, er at hun ikke frembringer en klar definisjon på hva en moteutstilling er. Jeg ser på moteutstillinger som utstillinger der moteplagg er representert, enten som en viktig del av – eller som eneste fokus i utstillingen. Men slik hun skriver om moteutstillinger, kan det virke som hun hovedsakelig skriver om de store ”Blockbuster”-moteutstillingene som fremhever verdenskjente designeres haute couture.

Melchior skiller mellom draktmuseologi og motemuseologi, siden hun har observert at utstilte moteplagg i moteutstillinger, som oftest ikke finnes i museets samling men er innlånte fra motehus, designere eller private samlere. På denne måten må ikke lenger ICOMs retningslinjer være veiledende for hvordan plaggene skal behandles i utstillingen.¹⁸³ I de tre utstillingene jeg har analysert, ikke dette alltid tilfelle, men hovedsakelig.

¹⁷⁸ ICOM's hjemmeside: <http://www.icom-norway.org/definisjon.html> (oppsøkt 01.05.15)

¹⁷⁹ Det kongelige kulturdepartement: Stortingsmelding nr. 22 (1999-2000) *Kjelder til kunnskap og oppleving. Om arkiv, bibliotek og museum i ei IKT-tid og om bygningsmessige rammevilkår på kulturområdet*, s. 2

¹⁸⁰ Det kongelige kulturdepartement: Stortingsmelding nr. 49: *Framtidas museum*, (2008-2009), 145.

¹⁸¹ Det kongelige kulturdepartement: Stortingsmelding nr. 48: *Kulturpolitikk fram mot 2014*, (2002-2003), 178

¹⁸² Melchior, Svensson, *Fashion and Museums – theory and practice*, 13

¹⁸³ *Fashion Museology: Identifying and Contesting Fashion in Museums*, 6

Det selvkritiske og reflekterende museum

Ser man kun på disse gigantiske moteutstillingene er jeg enig med Melchior i denne utstillingsformens kritiske mangel. Et eksempel som støtter oppunder dette, finner vi på Victoria & Albert Museum i London, der den populære utstillingen om *Alexander McQueen: Savage Beauty* (4 March – 2 August 2015) står oppe nå. På museets nettsider blir utstillingen beskrevet som følgende:

“Celebrating the extraordinary creative talent of one of the most innovative designers of recent times, *Alexander McQueen: Savage Beauty* is the first and largest retrospective of McQueen's work to be presented in Europe.”¹⁸⁴

Det er i hvert fall ikke så mye kritisk refleksjon å spore i akkurat denne hyllesten.

Mine tre utvalgte utstillinger har varierende grad av et selvkritisk og reflekterende element. *The Enchanted Palace* er etter mine funn ikke en utstilling der det reflekteres særlig over mote som fenomen. Men derimot har de reflektert mye over hvilken hensikt til museet skal ha, hvordan det kan bli relevant for mennesker og samfunnet rundt, og hvordan de skal nå ut til de som ikke pleier å gå på museer. Men samtidig, dette gjorde de først når de måtte – når Kensington Palace skulle pusses opp og alle de verdifulle museumsgjenstandene måtte plasseres trygt på lager. HRP samarbeidet med en uvanlig medaktør for dem, teatergruppen Wildworks. Det virker som det var teatergruppen som hadde hovedansvar for utstillingskonseptet, og som via sine utradisjonelle tilnærminger bidro mye til endinger av Kensington Palace sine museale praksiser. De startet blant annet med å skrive ned en liste over alt som det ikke var lov til å gjøre i museer, og bestemte seg for å finne en måte å gjennomføre det på likevel. Lokalsamfunnet ble involvert i ulike småprosjekter, noe som førte til at flere som aldri hadde vært der før ble besøkende under denne utstillingen.

I utstillingen *The First Ten Years Designer Collaborations H&M 2004-2014*, på Stenersenmuseet i Oslo, fant jeg ingenting som tydet på en utstilling som forholdt seg til begrepene refleksjon eller selvkritisk tankegang, bortsett fra én uttalelse fra markedsansvarlig for H&M, der man så dette som en demokratiseringen av motefeltet, som Hennes & Maurtiz har

¹⁸⁴ V&A nettsider: <http://www.vam.ac.uk/content/exhibitions/exhibition-alexander-mcqueen-savage-beauty/> (oppsøkt 20.05.15)

som motivasjon bak sine designsamarbeid. Både Stenersenmuseet og deres samarbeidspartner Hennes og Mauritz, har i sine uttalelser noe som kunne vært en grobunn for en mer reflekterende moteutstilling, som nettopp uttrykket ”demokratisering av motefeltet” eller påstanden om at mote også er kunst. Dette er en utstilling som støtter opp under Melchiors påstand om at det er fremdeles store forbedringsmuligheter for museer som setter opp moteutstillinger til å vise seg selv som en selvkritisk og reflekterende institusjon for nye målgrupper.

I *Fashion Innovation 2*, på Rhössa Museum i Göteborg, finner vi en utstilling som både er selvkritisk og reflekterende over moteplagg. Ett av temaene for utstillingen er en refleksjon over hva som egentlig er mote for vår tid, når moten i dag virker så eklektisk og selvrefererende. Her ville man altså prøve å lage klær for sin egen samtid, samtidig som de ville formidle noe annet dagsaktuelt via moteplaggene. Her sees mote også i sammenheng med kreativitet – noe motedesignere deler med forskere. I tillegg brukes moteplagg som formidlere av forskningsresultater, noe som nok er det svakeste punktet i utstillingen. Det er en gammel tanke dette om at mote har et språk som alle kan snakke, men siden alle vi betraktere har ulike referansepunkt og erfaringer, skal det godt gjøres å lage et motespråk alle forstår på samme måte.

Det nye, Det åpenbare, Det populære

I introduksjonskapittelet til «Fashion and Museum», trekker Melchior frem tre hovedelementer som gjør at mote er attraktivt for museer: Det nye, det åpenbare og det populære.¹⁸⁵ Hvordan forholder de tre utstillingene seg til disse?

Det nye

Museer i dag skal som tidligere nevnt være aktuelle for sin egen samtid, og Melchior tror mange museer ser moteplagg som en enkel og effektiv måte å få inn «Det nye» inn i museet på.¹⁸⁶ Når det gjelder *the Enchanted Palace*, hadde egentlig ikke HRP og Wildworks så mye annet valg enn å få inn nye ting, siden det meste måtte på lager for å beskyttes under oppussingen. Jeg har ikke fått inntrykk av at moteplaggene i denne utstillingen ble bevisst brukt for at museet skulle virke aktuelt, da var det heller den nye teknologien og de endrede museale praksisene som stod for det nye. Men Kensington Palace har lenge fungert som et tradisjonelt museum, med kronologiske

¹⁸⁵ Melchior, Svensson, *Fashion and Museums – theory and practice*, 2

¹⁸⁶ Melchior, Svensson, *Fashion and Museums – theory and practice*, 12

utstillinger som viste frem eldre gjenstander. Bak elementet ”det nye”, ligger også ideen om at via moteutstillinger får museet selv et nytt image og blir en institusjon som er relevant for sin egen samtid.¹⁸⁷ De kjente motenavnene som ble brukt for å reklamere for utstillingen, bidro om ikke til en imageforandring, i hvert fall til at nye typer besøkende kom og betalte billett.

I the *First Ten Years Designer Collaborations H&M 2004-2014*, er det andre funn. På Nordenfjeldske sine nettsider, beskrives blant annet utstillingen som dagsaktuell med lovnader om en forhåndstitt på årets designsamarbeid.¹⁸⁸ For meg blir dette er en veldig enkel måte for et museum å forholde seg til begrepet å være dagsaktuell på.

I *Fashion Innovation 2*, har de reflekter mer over hva det vil si for et museum å være aktuelt for sitt samfunn. Her ønsket de å lage den mest aktuelle form for mote som mulig, ved å koble det til det fremste innen samtidige forskningsfunn i viktige forskningsfelt.

Det åpenbare

I elementet ”det åpenbare” ligger Melchior's mening om moteutstillingenes store fordel, at betrakterne egentlig ikke tremger å ha så mye forkunnskap i historie, kulturhistorie eller kunsthistorie for å få noe ut av en moteutstilling, for klær er noe vi alle (som regel) har kjennskap til uansett om vi er interessert i det eller ikke.¹⁸⁹ I the *Enchanted Palace* kan det virke som om dette ”språket” som klær har, blir brukt bevisst for å formidle enkelte viktige hendelser i de ulike prinsessers liv. Men her lener de seg ikke bare på klærnes evne til å formidle, for vi som besøkende har også andre hjelpemidler tilgjengelig som de ansatte, rominstallasjonene og små håndskrevne tekster rundt om kring. Med alt dette til sammen har vi gode muligheter til å løse mysteriene rundt prinsessene vi skal lære å kjenne bedre. Et annet viktig element her med tanke på det åpenbare, er utstillingens mål om at det er følelsene til prinsessene som er i fokus – ikke de konkrete fakta. Sorg, sinne, forelskelse – er følelser som de aller fleste mennesker kjenner til.

The First Ten Years Designer Collaborations H&M 2004-2014, har en ekstra fordel her med tanke på at utstillingenes objekter er hentet fra lavpriskjeden Hennes og Mauritz. Disse utstilte plaggene er klær mange kan huske igjen fra butikkene, fra venners garderobe eller på sin egen

¹⁸⁷ Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice, 2

¹⁸⁸ http://www.nkim.no/utstillinger_og_aktuelt (oppsøkt 10.11.14)

¹⁸⁹ Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice, 5

kropp. Klærne fra disse kolleksjonene er litt dyrere enn de vanlige kolleksjonene til H&M, men billige nok til at mange har råd til dem. Dette kanskje virke kjent og nært for publikum, og ikke så langt ifra sin egen hverdag som dyre og utilgjengelige haute couture-plagg er for de aller fleste.

I *Fashion Innovation 2* er det åpenbare ikke lenger så åpenbart, etter min mening. For her står ikke plaggene autonome, men skal representere og formidle et forskningsfunn. Ganske kompliserte forskningsfunn, kan jeg legge til. Det er mulig at ved å formidle dette via noe så hverdagslig som klær, kan hjelpe å ta vekk noe av det utilgjengelige ved forskning på høyt nivå. Men da hjelper det nok ikke at klærne som brukes som formidlere ikke er av typen man pleier å bruke selv.

Det populære

Moteutstillinger er populære, det er det ingen tvil om. To måneder før åpningen av den tidligere nevnte Alexander McQueen-utstillingen på V&A i London, hadde museet solgt ut de 30 000 tilgjengelige billettene for forhåndssalg, og la ut 50 000 nye billetter.¹⁹⁰ Dette er ikke tall andre former for utstillinger pleier å være bortskjemt med. I dette aspektet om det populære, leser jeg Melchior på to måter. Det ene er det jeg har vært inn på nå, at moteutstillinger, om det så er store eller små – trekker besøkende og presse. Et lokalt eksempel på dette finner vi på Historisk Museum i Oslo, som nylig hadde en utstilling (13. sep. 2013 - 31. aug. 2014) om indisk mote: *Fashion India – Spektakulær kapitalisme*, som var basert på Tereza Kuldozas doktorgradsavhandling om indisk mote. En ansatt på Historisk Museum kunne fortelle meg at det kom flere besøkende til åpningen av *Fashion India*, og den fikk mer pressedekke enn museets hovedutstilling og storsatsing *Frihet*, som ble oppsatt i forbindelse med grunnlovsjubileet.¹⁹¹

Jeg vet dessverre ikke hvor populær *Fashion Innovation 2*, var. Men i de to andre utstillingene har vi sett at de tiltrakk seg andre besøksgrupper enn de vanlige, og at de også var godt besøkt. Det er litt vanskelig å si noe konkret om Hennes og Mauritz-utstillingen, siden den bare stod i to dager. Men vi kan i hvert fall konkludere med at den ble besøkt av en ny besøksgruppe som også var brukere av sosiale medier.

¹⁹⁰ Standard: <http://www.standard.co.uk/fashion/news/sellout-va-announce-extension-of-alexander-mcqueen-exhibition-savage-beauty-after-huge-demand-requires-over-50000-additional-tickets-9997914.html>

¹⁹¹ Personlig korrespondanse med museumsansatt.

Det andre er å lese det populære, som populærkultur. Melchior ser som nevnt tidligere moteutstillingene i sammenheng med den nye museologien som også ønsket å nå ut til bredere lag av samfunnet. Dette er et paradoks, mener hun, siden den nye museologien aldri ønsket å bruke populærkulturen til dette men heller anvende kritisk tenkning som et verktøy for å åpne muset opp og vise en variasjon av sannheter om vår egen, andres og fortids kulturer.¹⁹² I motemuseologien menes det at populærkulturen (som mote er en del av) kan bli en del av dette kritiske verktøyet for å åpne opp institusjonen og formidle kunnskap bredest mulig.

Bygger opp eller bryter ned?

Kan man rettferdiggjøre bruk av kunnskapsinstitusjonen museet til moteutstillinger? Bygger moteutstillingene opp under museet som en kunnskapsinstitusjon, eller bryter moten den ned? Jeg tror man må se på andre typer moteutstillinger enn de gigantiske moteutstillingene som er produsert i samarbeid med de største motehusene, for å finne de reflekterende moteutstillingene motemuseologien etterspør. Jeg mener vi har sett tre ulike utstillinger nå, som alle har hver sin vri på denne utstillingsformen og som hver for seg tilfører noe eget til denne diskusjonen.

I *The Enchanted Palace* viser at man kan tenke nytt om hva slags kunnskap man kan formidle via moteutstillinger. Kunnskap må ikke være konkrete fakta, det kan også være kunnskap om følelser knyttet opp mot faktiske historiske hendelser. H&M- utstillingen viser at moteutstillinger kan skade museets rolle som kunnskapsformidler, etter min mening. Helhetlig blir der for mange ubesvarte spørsmål om refleksjonene bak utstillingen, når man analyserer den opp mot motemuseologien. *Fashion Innovation 2*, viser at man kan finne temaer som samsvarer med det reflekterende og selvkritiske elementet, selv om utførelsen ikke akkurat var den beste.

Særlig fordi den tiltrekker seg mange besøkende, deriblant mange nye, burde moteutstillingen bli ansett som en ressurs. Det er et museumspolitisk mål i Norge at museer skal være tilgjengelige for alle, og være aktuelle samtidsinstitusjoner som fremmer kritisk refleksjon og skapende innsikt.¹⁹³ Jeg liker godt ideen om å bruke moteutstillingene som et slags lokkemiddel for å få folk inn i museene, og når de først har kommet inn må museene gripe anledningen til å faktisk

¹⁹² Melchior, Svensson, *Fashion and Museums – theory and practice*, 12

¹⁹³ Det kongelige kulturdepartement: Stortingsmelding nr. 49: *Framtidas museum*, (2008-2009), 102.

være en kunnskapsinstitusjon. For museer skal gi både og kunnskap OG opplevelse, som det står i Stortingsmelding nr. 49: Framtidas museum.¹⁹⁴

Min konklusjon er dersom moteutstillingene blir satt opp i henhold til motemuseologiens krav om reflekterende moteutstillinger i et selvkritisk museum, bygger moteutstillingene opp under museets rolle som en kunnskapsinstitusjon.

¹⁹⁴ Det kongelige kulturdepartement: Stortingsmelding nr. 49: Framtidas museum, (2008-2009), 102.

Litteraturliste

Clark, Judith: looking at looking at dress, Viktor and Rolf Exhibition Symposium presentation Barbican Gallery, September 2008

Davis, Fred: Fashion, Culture, and Identity. The University of Chicago press, Chicago & London, 1992.

Det kongelige kulturdepartement: Stortingsmelding nr. 22 (1999-2000) *Kjelder til kunnskap og oppleving. Om arkiv, bibliotek og museum i ei IKT-tid og om bygningsmessige rammevilkår på kulturområdet*,

Det kongelige kulturdepartement: Stortingsmelding nr. 48: Kulturpolitikk fram mot 2014, (2002-2003)

Det kongelige kulturdepartement: Stortingsmelding nr. 49: Framtidas museum, (2008-2009).

Eriksen, Anne: *Museum – en kulturhistorie*, Pax Forlag A/S, Oslo 2009, 21.

Kim, Alexandra: *The Enchanted Palace at Kensington*, Curator: The Museum Journal, Volume 54, Issue 4, 2011, Pages 403–412

Loscheck, Ingrid: *When Clothes Become Fashion: Design and Innovation Systems*, Berg, UK, 2009

Melchior, Marie Riegels *Fashion Museology: Identifying and Contesting Fashion in Museum*, Fashion. Exploring Critical Issues, Mansfield College, Oxford, September 2011

Salinger, J.D: *The catcher in the rye* Little, Brown and Company. 1951

Jane Schneider, Jane: *Cloth and Clothing*, Sage Knowledge, *Handbook of Material Culture*

Christopher Tilley & Webb Keane & Susanne Küchler & Michael Rowlands & Patricia Spyer 203-221

Steele, Geczy & Karaminas: *Fashion as art*. New York: Bloomsbury, 2012,

Svendsen, Lars Fr. H: *Mote – et filosofisk essay*, Universitetsforlaget, 2004

Teunissen, José: *Understanding fashion through the museum*, 33, Melchior, Svensson, Fashion and Museums – theory and practice

Turner, Terrence S. – *The social skin* 2012, HAU:Journal of Ethnographic Theory

Vergo, Peter (red.): *The New Museology*, 1989. London: Reaktion Books.

Welters, Linda: *The Fashion Reader*, Second Edition Paperbac. New York: Bloomsbury, 2011.

Nettkilder

Sitat Karl Lagerfeld: <https://www.goodreads.com/quotes/325621-fashion-is-about-going-ahead-not-about-memory>

Valerie Stone i the Guardian: <http://www.theguardian.com/artanddesign/2010/apr/02/enchanted-palace-art-kensington> (oppsøkt 20.04.15)

Nettsidene til motemagasinet Costume, http://costume.no/article/187184-hm-med-unik-moteutstilling-pa-stenersenmuseet?utm_medium=tag&utm_source=costume.no

Nettsidene til Vogue UK: <http://www.vogue.co.uk/news/2010/01/14/kensington-palace-exhibition>

ICOM's hjemmeside: <http://www.icom-norway.org/definisjon.html>

Fra nettsidene til HRP: <http://www.hrp.org.uk/KensingtonPalace/WhatsOn/Default.aspx>

<http://www.hrp.org.uk/KensingtonPalace/KPNewPlanyourvisitLandingPage>

<http://www.hrp.org.uk/KensingtonPalace/stories/Palacehighlights/EnchantedPalace/Fairytales>

Fra Wildworks nettside: <http://www.wildworks.biz/media.html>

Anmeldelse av Kensington Palace: <http://thefashionscoutsept09.blogspot.no/2010/03/review-enchanted-palace.html>

Guardian: Omtale av the Enchanted Palace: <http://www.guardian.co.uk/uk/2010/mar/25/princess-diana-home-enchanted-palace> <http://ftape.com/media/?p=5742>

The Fashion Stylist: omtale av the Enchanted Palace: <http://www.fashion-stylist.net/blog/tag/the-enchanted-palace/>

Huffington Post: omtale av the enchanted Palace:

http://www.huffingtonpost.com/2010/03/26/kensington-palace-turns-i_n_513497.html

Intervju med designeren Echo Morgan:

http://londonist.com/2010/04/interview_artist_echo_morgan_from_t.php?showpage=3#gallery-1

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.2151-6952.2011.00105.x/full>

Nordenfjeldske Kunstindustrimuseum <http://www.nkim.no/>

V&A nettsider: <http://www.vam.ac.uk/content/exhibitions/exhibition-alexander-mcqueen-savage-beauty/> (oppsøkt 20.05.15)

The New York Times, artikkel om kunst og mote:

http://www.nytimes.com/2008/07/24/arts/design/24zaha.html?_r=0

Nettsidene til motemagasinet Costume, omtale av H&M-utstillingen

http://costume.no/article/187184-hm-med-unik-moteutstilling-pa-stenersenmuseet?utm_medium=tag&utm_source=costume.no (oppsøkt 07.11.14)

Nordenfjeldske Kunstindustrimuseums nettside: http://www.nkim.no/utstillinger_og_aktuelt (oppsøkt 07.11.14)

Aftenposten, omtale av H&M-utstillingen: <http://www.aftenposten.no/kultur/Kjedeklar-pa-kunstmuseum-7730344.html>

Oversikt, tidligere utstillinger Stenersenmuseet:

<http://www.stenersenmuseet.no/Utstillinger/Tidligere-utstillinger> (oppsøkt 10.11.14)

Karl Lagerfeld om mote som kunst: [http://www.blouinartinfo.com/news/story/805583/is-fashion-art-karl-lagerfeld-puts-the-debate-back-into-the-](http://www.blouinartinfo.com/news/story/805583/is-fashion-art-karl-lagerfeld-puts-the-debate-back-into-the-#) (oppsøkt 10.11.14)

MoMa, om Cindy Sherman: http://www.moma.org/collection/object.php?object_id=49125
(oppsøkt 11.11.14)

New York Times, om Elmgreen og Dragset:

<http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9A07E5DA1230F93AA1575AC0A9639C8B63>
(oppsøkt 11.11.14)

Philadelphia museum: <http://www.philamuseum.org/collections/permanent/65327.html> (oppsøkt 11.11.14)

Osloby, Omtale av H&M-utstillingen <http://www.osloby.no/oslopuls/I-helgen-er-HM-pa-museum-7739266.html> (oppsøkt 10.11.14)

Rhösskas nettside: <http://rohsska.se/utställningar/tidigare/2563/> (oppsøkt 07.10.14)

V&A nettsider: <http://www.vam.ac.uk/content/exhibitions/exhibition-alexander-mcqueen-savage-beauty/> (oppsøkt 20.05.15)

Standard: <http://www.standard.co.uk/fashion/news/sellout-va-announce-extension-of-alexander-mcqueen-exhibition-savage-beauty-after-huge-demand-requires-over-50000-additional-tickets-9997914.html>